CHEDRAUI®



EN CHEDRAUI CUESTA MENOS

CHEDRAUI
cuesta menos

INFORME ANUAL 2010



CHEDRAUI®

ÍNDICE

Acerca de nosotros	1
Cifras financieras sobresalientes	4
Carta a los accionistas	5
Nuestra Misión	8
Autoservicios en México	10
Autoservicios en los Estados Unidos	14
Operaciones del negocio inmobiliario	18
Responsabilidad social	20
Análisis y discusión de resultados	24
Directores	26
Consejo de administración	28
Informe del comité de auditoría y prácticas societarias	29
Dictamen de los auditores independientes	31
Estados financieros consolidados	32

ACERCA DE NOSOTROS

¿Quiénes somos?

Chedraui es una de las empresas más importantes de autoservicio mexicanas con operaciones en México y en los Estados Unidos. En México manejamos dos formatos, que se diferencían por el tamaño y la profundidad del surtido de productos ofrecidos a diferentes ciudades y nichos de mercado objetivo: al cierre de 2010 contamos con 120 Tiendas Chedraui y 36 Súper Chedraui. En Estados Unidos operamos 34 tiendas El Súper enfocadas al nicho de población méxico-americana. Asimismo, mediante nuestras operaciones de negocio inmobiliario administramos nuestras propiedades y construimos las nuevas tiendas.

Lo que nos distingue como tienda de autoservicio

En primer lugar, los precios más bajos. Nos hemos comprometido a ofrecer cada día los precios más bajos en los productos que vendemos y los ajustamos diariamente para asegurarnos en cumplir este compromiso.

En segundo lugar, la selección de productos. Ofrecemos una amplia gama de productos y marcas en cada categoría de productos y ajustamos la selección de los mismos en cada tienda según el clima, región, características socioeconómicas y preferencias del cliente.

En tercer lugar, experiencia de compra. Nuestras tiendas son amplias, cómodas, limpias y modernas, sus departamentos están bien señalizados y nuestros colaboradores ofrecen un nivel superior de servicio al cliente.

Lo que nos distingue como inversión

• Somos la cuarta cadena de autoservicios más grande de México, en busca de una presencia a nivel nacional con crecimiento constante y con un claro liderazgo en la zona sureste.

• Crecimiento de las ventas a mismas tiendas por encima del promedio de la industria; un historial de crecimiento de ingresos sólido y consistente, una participación de mercado cada vez mayor y una sana situación financiera.

• Operaciones altamente eficientes, con niveles atractivos de productividad y retorno sobre el capital invertido.

• Un gran potencial de crecimiento en los dos mercados que participamos: México está fragmentado, con baja penetración de autoservicios; la población objetivo de méxico-americanos en los Estados Unidos está aumentando rápidamente.

• Experimentado equipo directivo en el ramo, con niveles de experiencia probada en fusiones y adquisiciones.

El título de este informe, En **Chedraui Cuesta Menos**, también es nuestro lema corporativo y esencialmente representa nuestra identidad



CHEDRAUI®

NUESTRAS TIENDAS EN LOS ESTADOS UNIDOS



34 tiendas en Estados Unidos

UBICACIÓN EN ESTADOS UNIDOS

1. **California** • El Súper (28)
2. **Nevada** • El Súper (2)
3. **Arizona** • El Súper (4)

NUESTROS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN



3 centros de distribución en México

UBICACIÓN DE CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

1. **Estado de México** • Centro de distribución (1)
2. **Tabasco** • Centro de distribución (1)
3. **Nuevo León** • Centro de distribución (1)

NUESTRAS TIENDAS EN MÉXICO



UBICACIÓN EN MÉXICO

1. **Tamaulipas** • Chedraui (8)
2. **San Luis Potosí** • Chedraui (2)
3. **Aguascalientes** • Chedraui (1)
4. **Querétaro** • Chedraui (4)
5. **Tlaxcala** • Súper Chedraui (1)
6. **Jalisco** • Chedraui (4)
7. **Distrito Federal** • Chedraui (8)
8. **Morelos** • Chedraui (1)
9. **Estado de México** • Chedraui (13) Súper Chedraui (2)
10. **Guanajuato** • Chedraui (3) Súper Chedraui (1)
11. **Michoacán** • Chedraui (1)
12. **Veracruz** • Chedraui (23) Súper Chedraui (9)
13. **Puebla** • Chedraui (9) Súper Chedraui (1)
14. **Guerrero** • Chedraui (1) Súper Chedraui (6)
15. **Oaxaca** • Chedraui (3) Súper Chedraui (3)
16. **Tabasco** • Chedraui (9) Súper Chedraui (3)
17. **Campeche** • Chedraui (4) Súper Chedraui (2)
18. **Chiapas** • Chedraui (4) Súper Chedraui (3)
19. **Quintana Roo** • Chedraui (12) Súper Chedraui (2)
20. **Yucatán** • Chedraui (6) Súper Chedraui (2)
21. **Baja California Sur** • Chedraui (3)
22. **Hidalgo** • Súper Chedraui (1)
23. **Nayarit** • Chedraui (1)

CIFRAS FINANCIERAS SOBRESALIENTES

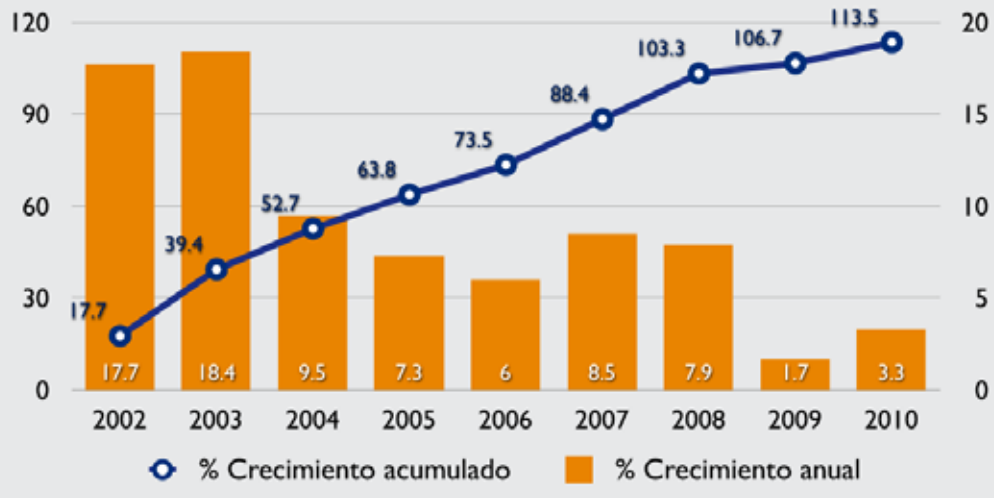
	2010	2009	% cambio
ESTADO DE RESULTADOS CONSOLIDADO*			
Ventas netas	52,794	47,901	10.2
Utilidad bruta	10,572	9,522	11.0
Gastos de operación (sin depreciación)	7,197	6,412	12.3
UAFIDA	3,375	3,110	8.5
Utilidad neta mayoritaria	1,428	1,349	5.9
Utilidad básica por acción	1.48	36.49	N/C
No. de acciones en circulación	963,917,211	36,971,616	
Precio de la acción (31-Dic-10)	37.53	N/A	

BALANCE GENERAL CONSOLIDADO*			
Efectivo	2,907	498	483.3
Inventarios	6,329	4,533	39.6
Activo fijo (neto)	20,718	18,388	12.7
Activo total	33,995	26,495	28.3
Proveedores	10,224	8,229	24.2
Pasivo total	17,977	15,686	14.6
Inversión de los accionistas mayoritarios	15,871	10,075	57.5

** Cifras en millones de pesos*

FORMATO	UNIDADES	M²
Tienda Chedraui	120	874,786
Súper Chedraui	36	75,124
El Súper	34	128,757
Total	**190**	**1,078,667**

Crecimiento Ventas Mismas Tiendas





Comparativo de precios en la entrada de cada tienda

Estimados accionistas:

Nos complace presentar nuestros resultados anuales por primera vez como empresa pública. El 30 de abril de 2010 celebramos nuestra oferta pública inicial, la primera en México después de veinte meses sin nuevas emisiones. Nos da mucho gusto que un amplio grupo de accionistas sea partícipe de nuestro futuro. De hecho, la demanda de nuestras acciones fue suficiente para incluirnos en el IPC, un índice de las 35 empresas más cotizadas en México.

Si bien Chedraui es una empresa nueva en los mercados financieros, nuestra historia corporativa es larga. Nuestra primera tienda abrió sus puertas hace 40 años en Xalapa, Veracruz y desde entonces hemos logrado un crecimiento auto-financiado ininterrumpido, tanto orgánicamente como a través de adquisiciones. Actualmente contamos con 120 Tiendas Chedraui y 36 Súper Chedraui en México, lo cual significa que somos la cuarta empresa de autoservicios más grande del país y además contamos con 34 tiendas El Súper en los Estados Unidos. Al cierre de 2010 contamos con un total de 190 tiendas en ambos mercados.

Y no hemos dejado de crecer: en 2010 inauguramos trece nuevas tiendas en México, tres en los Estados Unidos y adquirimos tres tiendas en Baja California y diez en California. Nuestro objetivo es duplicar, para el año 2014, el número de tiendas que teníamos a finales de 2009.

Nuestra estrategia de expansión se basa en aumentar nuestra presencia en las ciudades donde ya operamos, establecer tiendas en nuevas regiones (sobre todo en el norte de México) e in-

"Estamos orgullosos de nuestro desempeño y tenemos la confianza de que seguiremos generando buenos resultados"

Alfredo Chedraui Obeso

crementar nuestra participación en el suroeste de los Estados Unidos. Vamos a aprovechar el fuerte reconocimiento de nuestra marca, nuestra amplia red de distribución, así como nuestras avanzadas capacidades de logística y de TI para hacerlo de manera rentable.

Sin duda, la oportunidad de crecimiento existe. México tiene un bajo nivel de penetración en el sector de autoservicios en comparación con economías similares, tanto de manera general como per cápita y hay muchas poblaciones en todo el país que están desatendidas. También identificamos una interesante oportunidad para El Súper en Estados Unidos, con base en el tamaño de la comunidad méxico-americana y su creciente poder adquisitivo. Además, operamos en mercados fragmentados, lo que nos brinda oportunidades de consolidación. Chedraui tiene una sólida trayectoria de integración exitosa de adquisiciones, habiendo comprado el 25% de nuestras actuales 190 tiendas.

Sabemos que nuestros objetivos de crecimiento son ambiciosos, sobre todo por el desafío que representa el obtener los sitios adecuados, pero estamos seguros de que tenemos la fórmula correcta para fomentar la lealtad de los clientes, aumentar nuestra participación de mercado y generar un sólido desempeño financiero, con el compromiso de mejorar el rendimiento del capital invertido.

La base de nuestra estrategia es muy sencilla y clara:

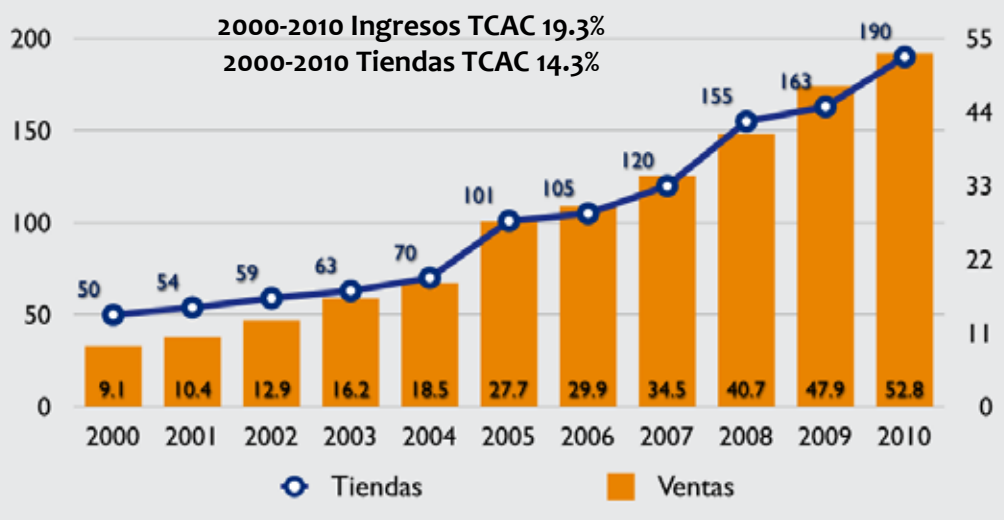
En primer lugar, los precios más bajos. Nos hemos comprometido a ofrecer cada día los precios más bajos en los productos que vendemos y los ajustamos diariamente para asegurarnos de cumplir este compromiso.

En segundo lugar, la selección de productos. Ofrecemos una amplia gama de marcas en cada categoría de productos y ajustamos la selección de productos de cada tienda según el clima, región, características socioeconómicas y preferencias del cliente.

En tercer lugar, experiencia de compra. Nuestras tiendas son amplias, cómodas, limpias y modernas, sus departamentos están bien señalizados y nuestros vendedores ofrecen un nivel superior de servicio al cliente.

Es fácil medir el éxito de nuestra fórmula: en México el crecimiento de las ventas a mismas tiendas fue de un 3.3% en 2010, lo que nos sitúa como

Crecimiento histórico



Cifras en miles de millones de pesos y número de tiendas

líderes entre nuestros competidores. Estas cifras hablan por sí mismas.

En 2010 los ingresos totales fueron de $52,794 millones de pesos, lo que representa un aumento de 10.2%, con respecto a 2009. El margen bruto fue de 20.0%, en comparación con el 19.9% del año anterior, mientras que la UAFIDA fue de $3,375 millones de pesos y la UAFIDA por metro cuadrado fue de $3,129 pesos. El retorno sobre el capital invertido es otro factor de medición clave que tomamos en cuenta, con el 10.3% generado en 2010. Esperamos un nivel de retorno sobre el capital invertido de entre el 13% y el 14% para 2014, después de que las nuevas tiendas inauguradas en la actual fase de crecimiento estén completamente maduras.

Estamos orgullosos de nuestro desempeño y estamos seguros de que seguiremos generando buenos resultados. Sin embargo, el éxito no debe ser juzgado únicamente con base en cifras. También tenemos que hacer lo correcto por nuestra gente y nuestras comunidades. Para ello, nos estamos enfocando en mejorar temas de gobierno corporativo y medioambientales, tales como la energía, los desechos y el agua. Nuestro brazo filantrópico, la Fundación Chedraui, apoya la educación, la salud, el bienestar social y ayuda en caso de desastres naturales a través de patrocinios, asociaciones y donaciones directas.

Nuestros colaboradores son realmente el activo más importante de la compañía; son las personas que interactúan con nuestros clientes todos los días y crean la mejor experiencia de compra. Nos esforzamos por mantener una organización que recompense a los colaboradores comprometidos y calificados y que les ofrezca oportunidades para su desarrollo y crecimiento. Creemos que el conocimiento y el entusiasmo de nuestros colaboradores fomentan la lealtad de los clientes y nos distinguen de otras tiendas de autoservicio.

Mientras miramos hacia adelante con ilusión, rumbo a la siguiente fase de nuestra empresa, esperamos que tengan oportunidad de visitar nuestras tiendas para conocerlas de primera mano. Con millones de clientes leales y una participación cada vez mayor en el mercado, confiamos que podemos rebasar las expectativas de nuestros clientes. Estamos muy agradecidos de que nuestros colaboradores, clientes, proveedores, socios y accionistas sean parte de la historia de Chedraui y esperamos continuar con esta conversación en los próximos años.

Cordialmente,

Alfredo Chedraui Obeso
Presidente del Consejo

José Antonio Chedraui Eguía
Director General



Departamento de Higiene y Belleza en tienda del Estado de México

Nuestra Misión

"Llevar a todos los lugares posibles, los productos que el cliente prefiere, al mejor precio."

Nuestra estrategia está basada en una misión muy clara: "Llevar a todos los lugares posibles, los productos que el cliente prefiere, al mejor precio." Y se sustenta en tres pilares esenciales:

Los precios más bajos

Estamos verdaderamente comprometidos con ofrecer todos los días los precios más bajos en cada producto que vendemos. Se requiere un gran esfuerzo para comparar precios y la capacidad de responder rápidamente. Realizamos aproximadamente 1,900 ajustes de precios diariamente a nivel centralizado y los gerentes de las tiendas llevan a cabo otros 85,000 ajustes con base en los competidores locales. Nuestros clientes saben que lo hacemos y esto genera su lealtad.

Una extensa selección de productos

Ofrecemos una amplia gama de marcas en cada categoría de productos, incluyendo artículos de gran valor para los clientes. El surtido de las tiendas se adapta a cada localidad según el clima, la región, aspectos socioeconómicos y las preferencias del cliente. Nuestro sistema de logística y centros de distribución creados especialmente para nuestras necesidades nos permiten hacer esto con gran eficiencia. Como resultado, los clientes siempre encuentran los productos que buscan.

Excelente experiencia de compra

Nuestras tiendas limpias y modernas, amplios pasillos y departamentos bien señalizados, así como nuestros productos y precios proporcionan a los clientes una excelente experiencia de compra, mientras que nuestros colaboradores capacitados ofrecen un nivel superior de servicio al cliente. ¡Simplemente pregunte a nuestros clientes a dónde les gusta ir de compras!





Nuestro modelo de negocio

Nos sitúa en una posición que nos permite aprovechar al máximo las oportunidades de crecimiento en México y Estados Unidos y creemos que seguirá impulsando nuestro sólido desempeño financiero.

Nuestros objetivos estratégicos:

• *Continuar ampliando nuestra red de tiendas en México*

Identificamos importantes oportunidades de crecimiento mediante la consolidación de nuestra presencia en las regiones en las que operamos actualmente y la participación en nuevas regiones del país. También esperamos que la consolidación del mercado ofrezca oportunidades de adquisición que puedan complementar nuestra plataforma existente. Nuestra trayectoria respecto a la apertura de tiendas rentables y la integración de tiendas adquiridas es muy sólida. En los últimos seis años hemos pasado de tener 64 tiendas a 156, un crecimiento de más del doble y creemos que nuestra tecnología y capacidad logística, en conjunto con la capacidad disponible de los centros de distribución, pueden soportar 150 tiendas adicionales en los próximos cuatro años.

• *Crecimiento en ventas y participación de mercado, concentrándonos en nuestras principales fortalezas*

El negocio de autoservicios es competitivo, por lo que nos estamos apegando a lo que ha generado resultados: una posición única como tienda de autoservicio que ofrece precios bajos con un amplio surtido de mercancía de calidad y una excelente experiencia de compra. Seguiremos promoviendo nuestra estrategia de "Precios más bajos", mejorando nuestra oferta de productos y aumentando el ticket promedio al ofrecer tiendas en las que los clientes puedan hacer todas sus compras en un solo sitio. También estamos mejorando el reconocimiento de marca al aumentar el uso de nuestro logotipo en todos los formatos, tanto en México como en Estados Unidos. Al aprovechar nuestra sólida plataforma comercial, poder adquisitivo, economías de escala, desarrollo de marcas propias y servicio al cliente, podemos seguir ofreciendo a nuestros clientes los mejores precios y mantener márgenes competitivos.

Izq.: Pasillo del mundo en Chedraui Polanco, D.F.
Der.: Colaborador de Pescadería

• *Mantener niveles atractivos de retorno sobre el capital invertido (ROIC)*

Sólidos niveles de rendimiento operativo y una óptima razón de financiamiento de los proveedores ubicaron nuestro ROIC en 10.3% en 2010. Para mantener estos niveles seguiremos enfocándonos en la administración eficiente de inventarios y en la mejor asignación de recursos para nuevas inversiones, así como maximizar la generación del flujo de caja, asegurándonos de que las nuevas tiendas alcancen el objetivo de ROIC. El sistema de TI que se está implementando actualmente seguirá apoyando el crecimiento a través de mejores herramientas para el manejo de inventario y menos faltantes de mercancías en las tiendas.

• *Implementar sistemas y plataformas avanzados de tecnología de la información*

Aunque nuestra infraestructura tecnológica, aplicaciones de sistemas y soluciones de negocios están a la vanguardia de la industria minorista, seguimos invirtiendo. Al trabajar con proveedores externos, nuestro objetivo es aplicar las mejores prácticas de negocio a nuestros procesos actuales para facilitar nuestra estrategia de crecimiento. La implementación actual de SAP seguirá optimizando las operaciones diarias y apoyará para tener los cambios de precio óptimos de manera local, reducciones de días inventario, disminución de mermas, disminución en faltantes de mercancías, optimización de la distribución de productos y puntualidad en las entregas.

• *Crecer en el mercado de autoservicios de Estados Unidos*

Debido a que hemos operado exitosamente en el suroeste de los Estados Unidos durante más de una década, conocemos el mercado de autoservicios de los Estados Unidos y entendemos a fondo a nuestra base de clientes. La comunidad hispana y en particular la población méxico-americana, representan una oportunidad de crecimiento importante para nosotros por su tamaño cada vez mayor y su creciente poder adquisitivo. Nos distinguimos con una estrategia de precios bajos todos los días, una oferta de productos específicos basados en las preferencias de la población méxico-americana y un nivel superior de servicio que incluye colaboradores que hablan español. Nuestro nicho de mercado objetivo son las comunidades méxico-americanas en los alrededores de Los Ángeles, Tucson, Phoenix, Las Vegas y otras ciudades selectas del Suroeste de Estados Unidos.

Autoservicios en México

"Existe un potencial considerable para el crecimiento a medida que el sector madura. Nuestro tamaño se duplicará con respecto a 2009 para fines de 2014."

CHEDRAUI cuesta menos

Súper Chedraui cuesta menos



Panadería en tienda Chedraui Polanco, D.F.



El sector de autoservicios en México todavía está muy fragmentado y los consumidores son atendidos a través de diferentes formatos, tales como tiendas de abarrotes independientes y especialistas en alimentos, supermercados y grandes almacenes, así como vendedores ambulantes y mercados. Aunque se ha producido cierto grado de consolidación en los últimos años, creemos que existe un potencial de crecimiento considerable a medida que el sector madura.

Consideramos que las preferencias de los consumidores se desplazarán de los puntos de venta pequeños e informales hacia cadenas de supermercados e hipermercados más grandes y estandarizadas, que ofrezcan a los clientes un valor superior a través de una mayor selección de mercancía, comodidad y mejores precios.

Nuestro mercado objetivo es principalmente el segmento de la población con ingresos bajos a medios. Estimamos que esto representa aproximadamente el 80% de la población total de México. En este contexto, manejamos dos formatos de tienda en función del tamaño del mercado al que atienden.

La mayoría de nuestras tiendas (las cuales generan la mayor parte de los ingresos) operan bajo el formato de Tiendas Chedraui y ofrecen productos perecederos, abarrotes, ropa, artículos electrónicos y variedades.

Cifras autoservicios México

	Chedraui cuesta menos	Súper Chedraui cuesta menos
Tiendas	120	36
% ingresos consolidados	78%	8%
Ciudades objetivo	100,000+	25,000+
Promedio piso de ventas	7,320 m^2	2,069 m^2
Promedio SKUs	57,000	29,000
Colaboradores	23,691	3,821

Además, muchas Tiendas Chedraui cuentan con comercios especializados operados por terceros, como por ejemplo los centros ópticos. Con una amplia gama de marcas y productos en categorías de alimentos y no alimentos, estas tiendas proporcionan servicio en ciudades que tienen un mínimo de 100,000 habitantes. Durante 2010 inauguramos once nuevas Tiendas Chedraui.

En 2005 lanzamos nuestro formato de tiendas más pequeñas bajo el nombre de Súper Che, cuyo nombre hemos ido cambiando gradualmente a Súper Chedraui, con el fin de aprovechar el reconocimiento de nuestra marca. En general, este formato es apropiado para las ciudades pequeñas con poblaciones de al menos 25,000 habitantes; estas tiendas tienen departamentos más pequeños de alimentos preparados, perecederos y de artículos electrónicos que las Tiendas Chedraui y no venden ropa. Durante 2010 inauguramos cinco nuevas tiendas Súper Chedraui.

En ambos formatos, la oferta de productos se adapta a las preferencias específicas demográficas, regionales y locales. Somos líderes en el sureste de México y planeamos aumentar significativamente nuestra presencia en el resto del país.



Entrada de la tienda Chedraui Coapa, D.F.



Clientes en el área de Salchichonería

Guillermo González

Puesto: **Colaborador, Salchichonería**
Localidad: **La Paz, Baja California Sur**

"Chedraui todavía es relativamente nuevo en el noroeste de México, por lo que nuestro equipo es el embajador de la marca. No es difícil hacerlo cuando uno puede brindarle al cliente exactamente lo que busca, a los precios más bajos y con la mejor selección."



Adriana Guzmán

Puesto: **Cliente de Chedraui/ madre que trabaja**
Localidad: **México, D.F.**

"Con dos hijos y el trabajo, ya no tengo que buscar qué tienda tiene los mejores precios en los productos que compro. Al final de un día atareado, entro a Chedraui y se que encuentro todo lo que necesito para mi familia al mejor precio."







Panorámica de el centro de distribución en Villahermosa, Tabasco



Autoservicios en los Estados Unidos

"Una de las diez principales cadenas pequeñas en los Estados Unidos."



EL Super
cuesta menos



Entrada de El Súper en Fresno, CA



Nuestras operaciones de autoservicio en los Estados Unidos se manejan a través de Bodega Latina Corporation, en la que tenemos una participación del 72.04%. Bodega Latina opera 34 tiendas El Súper, dirigidas a las comunidades méxico-americanas y otras comunidades hispanas en California, Nevada y Arizona, las cuales creemos que tendrán las mayores tasas de crecimiento de cualquier grupo étnico en los Estados Unidos.

Las tiendas El Súper constituyen el formato exclusivo de nuestras operaciones de autoservicio en los Estados Unidos. Cada tienda ofrece una amplia variedad de productos perecederos tales como frutas y verduras, carne, salchichonería, panadería y tortillería, todo en un entorno integral de servicio al cliente. Como complemento al fuerte enfoque en los productos perecederos se ofrece un extenso surtido de abarrotes básicos, muchos de los cuales son de proveedores mexicanos con capacidad de producción y distribución en los Estados Unidos, o están dirigidos a los hábitos de compra y consumo de los clientes mexicanos.

Aunque las operaciones de El Súper son completamente independientes de las operaciones de México, utilizamos muchas de las mismas estrategias y políticas desarrolladas a partir de nuestra experiencia y conocimiento de la industria. Todos los productos se

Cifras autoservicios Estados Unidos

	El Super cuesta menos
Tiendas	34
% ingresos consolidados	17%
Mercado objetivo	Hispano/ México-americano
Promedio piso de ventas	3,790 m²
Promedio SKUs	5,000
Colaboradores	3,900

ofrecen a precios significativamente más bajos que los que ofrecen las tiendas de alimentos convencionales o los grandes comerciantes minoristas de alimentos independientes y utilizamos el mismo método de comparación de precios para que nuestros productos tengan el menor precio disponible localmente.

Contamos con un departamento de compras centralizado en los Estados Unidos y no importamos mercancía de México. Debido a las operaciones paralelas de muchos proveedores mexicanos en Estados Unidos, todos los productos que se venden en El Súper se compran localmente.

El Súper ha sido calificado por Supermarket News como una de las diez principales cadenas pequeñas en los Estados Unidos y esperamos que continúe el crecimiento y el éxito en este mercado.

Roberto García
Puesto: Frutas y verduras
Localidad: Los Angeles, California

"Trabajar en El Súper es como estar en casa. Ayudamos a nuestros clientes a buscar todo lo que necesitan y siempre obtienen los mejores precios."



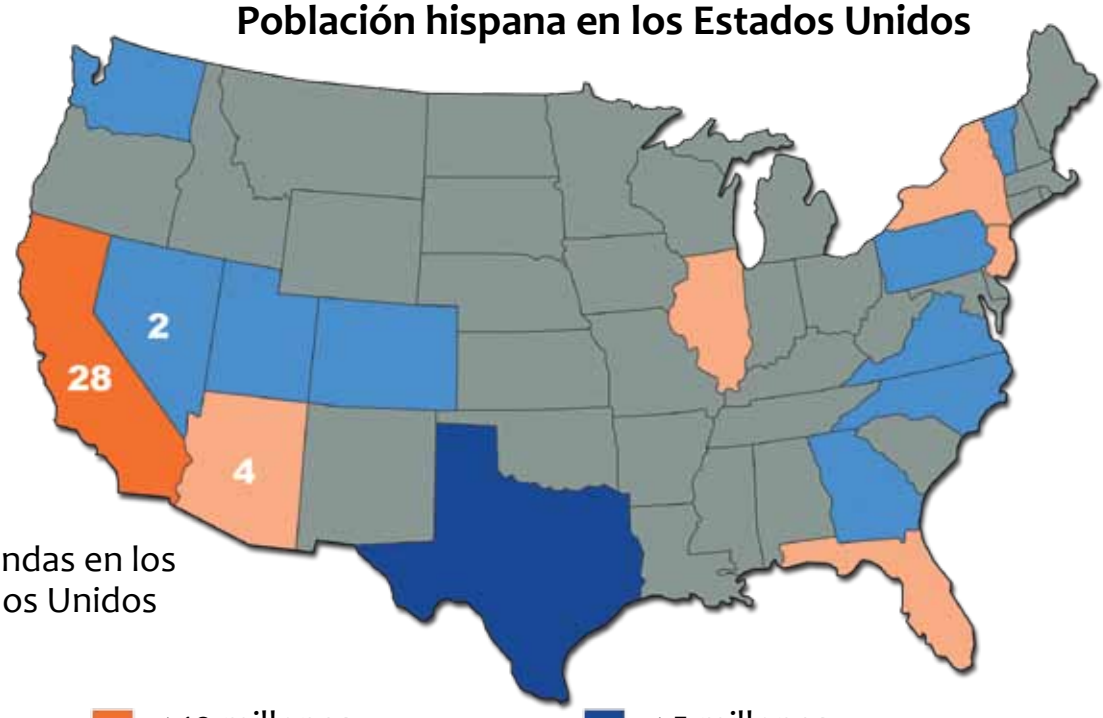


Pastelería en El Súper de Fresno, CA

Oportunidad de crecimiento

Nuestro mercado objetivo en los Estados Unidos es la comunidad de aproximadamente 30 millones de hispanos que residen en el suroeste y, de manera específica, los méxico-americanos que representan el 60% de esa población. Debido a la constante inmigración, el aumento de las tasas de natalidad y el creciente poder adquisitivo, esta comunidad ofrece una oportunidad atractiva para nuestros autoservicios.

Población hispana en los Estados Unidos



34 tiendas en los Estados Unidos

< 10 millones

< 5 millones

< 1 milliones

< 500 mil





Entrada antes de la gran inauguración en Phoenix, AZ

Operaciones del negocio inmobiliario

"Agregamos valor a nuestro negocio de autoservicio en México."





Locales dentro de uno de nuestros Centros Comerciales



Nuestras operaciones inmobiliarias agregan valor a nuestro negocio, al generar un 1% de los ingresos en 2010 pero más del 10% de la UAFIDA. La división es responsable de la administración de nuestros inmuebles en México, tanto propios como rentados, de la comercialización de nuestros centros comerciales actuales, de la planificación de la expansión y de la construcción y remodelación de tiendas.

En nuestros centros comerciales, en los que nuestras tiendas son el ancla principal, el resto del espacio es arrendado a terceros. La administración de estos centros incluye todos los servicios relacionados con los aspectos operacionales, los asuntos jurídicos, finanzas y de mantenimiento. Casi el 70% de nuestras tiendas son propias.

El desarrollo de nuevas tiendas es una función clave de esta división. Seleccionamos los mercados geográficos y la ubicación de las tiendas con base en información demográfica, estudios de mercado, características de los habitantes de la zona, la visibilidad de la tienda, vías de comunicación, el transporte público, la zonificación y los accesos. Entre los factores demográficos variables se encuentra la densidad de población, el ingreso familiar, la edad y el número promedio de habitantes por vivienda. La etapa de planificación para la apertura de una tienda nueva suele durar seis meses y la construcción de cinco a ocho meses, dependiendo del formato. Esperamos que las tiendas en promedio alcancen la madurez durante sus dos primeros años de operación.

Cifras negocio inmobiliario

Total locales y kioscos	**2,817**
Área destinada para renta	**267,324 m²**
Tasa de ocupación	**93.31%**

Responsabilidad social

"Contribuyendo con la sociedad mexicana."





FUNDACIÓN® CHEDRAUI
ayudamos de corazón



En Chedraui nos preocupamos profundamente por contribuir a la sociedad mexicana. Nuestro compromiso con la responsabilidad social empresarial es administrado a través de cuatro categorías: ética empresarial, calidad de vida, relaciones con la comunidad y conciencia ambiental.

Fundación Chedraui

Gran parte de nuestro trabajo filantrópico se lleva a cabo a través de la Fundación Chedraui, que no tiene fines de lucro y fue establecida en 1996 para responder a las necesidades de los sectores más vulnerables de la población. Nos enfocamos específicamente en la educación, la salud y el bienestar social en México, así como en la ayuda en caso de desastres naturales. En 2010 donamos más de $36.0 millones de pesos a través de la Fundación Chedraui.

En el ámbito de la educación, creamos y mantenemos el Liceo de Artes y Oficios, A.C. Esta institución educativa, cuyas tres instalaciones están situadas en las ciudades de Xalapa, Veracruz y Villahermosa, ofrece a los jóvenes y adultos de escasos recursos, así como a los colaboradores y sus familias, la oportunidad de obtener diferentes certificaciones y títulos, para mejorar sus opciones de empleo y su capacidad de forjar una mejor vida para ellos y sus familias. El Liceo cuenta con aproximadamente 2,200 estudiantes inscritos actualmente y se han graduado más de 25,000 alumnos desde su fundación. También financiamos becas



Apoyando a comunidades afectadas



Veracruz después del paso de el huracán Karl



Liceo de Artes y Oficios, Xalapa, Ver.

universitarias para que estudiantes destacados de bajos ingresos realicen sus estudios en la Universidad Anáhuac de Xalapa y en la Universidad Veracruzana.

En el área de la salud y la nutrición, donamos productos perecederos que están en buenas condiciones a bancos de alimentos y a instituciones de beneficencia que los distribuyen a personas necesitadas. Donamos más de 2,500 toneladas de alimentos en 2010. También apoyamos a hospitales, asilos de ancianos y clínicas a través de la Fundación Chedraui, proporcionando atención médica para quienes carecen de recursos económicos.

Nuestra asistencia social incluye ayuda en caso de desastres naturales, por ejemplo, los 8.3 millones de pesos aportados a familias afectadas por las fuertes lluvias e inundaciones en los estados de Veracruz, Tabasco, Oaxaca, Tamaulipas y Chiapas en el año reportado. A través de nuestro programa de "redondeo" en las cajas registradoras, distribui-



Hacemos donaciones a hospitales y clínicas

mos casi $12.0 millones de pesos en 2010 entre una amplia gama de programas de educación, capacitación, salud, nutrición y otros programas de bienestar social en todo el país.

Además, a nivel de tienda, llevamos a cabo campañas de reciclaje para los clientes y contamos con programas de conservación que se enfocan en nuestro consumo de agua, energía y gas. Tenemos el propósito de formalizar nuestros programas de impacto ambiental a nivel corporativo en 2011, para garantizar que, con el tiempo, cada tienda evalúe, controle y mejore su desempeño en sustentabilidad.

Nuestro personal

Uno de los factores clave que contribuyen a nuestro éxito es la participación y dedicación de todo nuestro personal. Nos esforzamos por mantener una organización que recompense a los colaboradores competitivos, comprometidos y calificados y que les ofrezca oportunidades para su desarrollo y crecimiento. Al 31 de diciembre de 2010, contábamos con un total de 33,018 colaboradores. Aunque son típicas las altas tasas de rotación de personal en la industria del autoservicio, nos hemos esforzado por mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores tomando medidas tales como la orientación integral, mejores niveles de capacitación y aumentos de sueldo acelerados.

Los colaboradores reciben capacitación a través de la Universidad Chedraui, un aula virtual en la que a cada colaborador se le asignan clases y actividades que fomentan el conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para desempeñar su trabajo con eficacia. Hacemos hincapié en los valores de honestidad, dedicación, respeto y eficacia en nuestros colaboradores y los evaluamos con base en esos factores. Como resultado, creemos que la rapidez, el conocimiento y el entusiasmo de nuestro personal fomentan la confianza y la lealtad de nuestros clientes y nos distinguen de otros autoservicios.

Además de la Universidad Chedraui, contamos con una plataforma tecnológica con una robusta base de datos que incluye indicadores del desempeño de los colaboradores para medir habilidades tanto técnicas como gerenciales. Esto nos permite desarrollar constantemente planes de acción y programas que benefician a nuestros colaboradores.

Aproximadamente la mitad de nuestros colaboradores en México pertenecen a algún sindicato y las revisiones anuales de los contratos colectivos de trabajo se realizan buscando beneficios mutuos. En Estados Unidos, menos del 25% de los colaboradores están sindicalizados y son producto de la adquisición de tiendas a Grupo Gigante realizada en 2008 y mantenemos buenas relaciones laborales con ellos. Creemos que el éxito en las relaciones de trabajo depende del respeto y sabemos que este respeto mutuo y cooperación mejorarán la productividad y la calidad de vida de nuestros colaboradores, así como el nivel de satisfacción de nuestros clientes.



Estudiantes en el aula de medios en Xalapa, Ver.

Análisis y discusión de resultados

GRUPO COMERCIAL CHEDRAUI, S.A.B. DE C.V. DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN SOBRE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL EJERCICIO 2010

ESTADO DE RESULTADOS

Ventas Netas

En el ejercicio 2010 nuestros ingresos crecieron un 10.2% en relación a 2009, pasando de $47,901 millones de pesos a $52,794 millones de pesos en 2010, este incremento se generó por los resultados en los tres segmentos de negocio que a continuación se muestran:

Autoservicios en México:

Las ventas en nuestras operaciones de autoservicio en México crecieron un 7.5% en relación a 2009 y pasaron de $40,033 millones de pesos en 2009 a $43,022 millones de pesos en 2010, derivado de un crecimiento en ventas a mismas tiendas del 3.3% y de la incorporación de 16 nuevas sucursales en el ejercicio, de las cuales, 3 fueron una adquisición en Baja California.

Autoservicios en Estados Unidos:

Nuestras operaciones de autoservicio en Estados Unidos reportaron un crecimiento del 25.6% en relación a las obtenidas en 2009, pasando de $7,363 millones de pesos en 2009 a $9,251 millones de pesos en 2010, como resultado de la incorporación de 13 nuevas sucursales, de las cuales 10 fueron adquiridas, así como una afectación parcial por la disminución en ventas a mismas tiendas del 0.8% y la apreciación del 6.9% en el tipo de cambio.

Negocio Inmobiliario:

Las operaciones del negocio inmobiliario se mantuvieron muy estables, con un crecimiento en los ingresos del 3.2% en relación al resultado de 2009, al pasar de $505 millones de pesos en 2009 a $521 millones de pesos en 2010, como resultado básicamente de incrementos a los contratos de arrendamiento similares a la inflación.

Utilidad bruta

La utilidad bruta consolidada fue por $10,572 millones de pesos y creció un 11.0% en relación a 2009, es decir, ligeramente por encima del crecimiento en ventas, lo que dio como resultado un margen de utilidad bruta del 20.0%, superior al 19.9% obtenido en 2009, esto, debido a mayores eficiencias en la logística.

Gastos de Operación

Los gastos consolidados de operación sin depreciaciones ni amortizaciones alcanzaron los $7,197 millones de pesos, 12.3% mayores a los $6,412 millones de pesos obtenidos en 2009. Este crecimiento se da principalmente por los gastos preoperativos de las 29 sucursales aperturadas en el año, el incremento en el costo de la energía eléctrica en México y los pagos por mantenimiento de las nuevas licencias de los sistemas adquiridos en este ejercicio.

UAFIDA

Con los resultados mencionados con anterioridad, la UAFIDA consolidada creció un 8.5%, alcanzando $3,375 millones de pesos, mayor en 8.5% a los $3,110 millones de pesos logrados en 2009. El margen UAFIDA fue del 6.4%, ligeramente menor al 6.5% logrado en 2009, a nivel segmento de negocio, los resultados fueron los siguientes:

Autoservicios en México:

La UAFIDA lograda en el autoservicio México fue de $2,689 millones de pesos, mayor en 6.5% a los $2,525 millones de pesos de 2009 y representó un margen sobre ventas del 6.2%, menor al 6.3% logrado en 2009.

Autoservicios en Estados Unidos:

La división de autoservicio en Estados Unidos alcanzó una UAFIDA de $338 millones de pesos, 38.1% mayor a los $245 millones de pesos logrados en 2009, con un margen sobre ventas del 3.7%, mayor al 3.3% logrado en 2009, el cual incluye una afectación por la apreciación en el tipo de cambio del 6.9%

Negocio Inmobiliario:

La UAFIDA lograda en la división inmobiliaria fue de $348 millones de pesos, 2.1% mayor a los $340 millones de pesos obtenidos en 2009 y representó un margen sobre ventas del 66.7%, menor al 67.5% logrado en 2009.

Resultado Integral de financiamiento

Derivado de la entrada de capital por la oferta pública inicial de acciones a finales de abril de 2010, el costo integral de financiamiento se vio beneficiado con menores gastos por concepto de intereses y mayores ingresos por intereses a favor, alcanzando los $642 millones de pesos, 16.3% menos que los $767 millones de pesos que se tuvieron en 2009 y representó el 1.2% sobre las ventas, menor al 1.6% sobre ventas de 2009.

Impuestos a la utilidad

En el ejercicio 2010 la tasa de impuestos oficial se incrementó del 28% al 30%, por lo que nuestra tasa de impuestos efectiva también se vio afectada en esa misma proporción. El impuesto sobre la renta de 2010 fue por $421 millones de pesos, 24.7% superior a los $337 millones generados en 2009.

Utilidad Neta

Finalmente, la utilidad neta consolidada alcanzó los $1,449 millones de pesos, siendo superior en 4.0% a los $1,394 millones de pesos obtenidos en 2009, con un margen sobre ventas del 2.7%, ligeramente inferior al 2.9% obtenido en 2009. En la utilidad neta existe una afectación importante derivada del rubro de otros ingresos y gastos que en 2009 presentó un ingreso no recurrente por $75 millones de pesos derivado de la utilidad en venta de activos y por actualizaciones de impuestos devueltos, mientras en 2010 no se contó con esos ingresos no recurrentes y sí con gastos no recurrentes por pérdida en venta de activos. Sin esta situación, la utilidad neta habría crecido en 2010 el 15.3% en relación a 2009.

Deuda e inversiones en Activos

La deuda neta con costo al 31 de diciembre de 2010 finalizó en $978 millones de pesos y tuvo una disminución del 67.7% en relación a la deuda de $3,029 millones de pesos obtenida al cierre de 2009.

La inversión en activos, incluyendo inmuebles, equipos de tienda, de cómputo y activos intangibles, fue por la cantidad de $4,218 millones de pesos y nos permitió abrir 13 tiendas en México y 3 en Estados Unidos, así como la compra de 3 tiendas en México y 10 en estados Unidos.

Directores

José Antonio Chedraui Eguia
Director General

José Antonio Chedraui Eguia ha trabajado en Chedraui los últimos 22 años, ha sido miembro del consejo de administración y Director General desde enero de 1995. Antes de ocupar este cargo, fungió como Director General de nuestra división Galas. El Sr. José Antonio Chedraui Eguia es licenciado en contabilidad y finanzas egresado de la Universidad Anáhuac.

Rafael Contreras Grosskelwing
Director de Administración y Finanzas

Rafael Contreras Grosskelwing es ingeniero Industrial egresado de la Universidad Panamericana, tiene un diplomado en Contabilidad y Finanzas del ITAM, una Especialización en Alta Dirección del IPADE y un diplomado en Valores Financieros del ITAM. El Sr. Contreras funge como Director de Administración y Finanzas desde septiembre del 2000 y ha trabajado en Chedraui 11 años.

Eduardo Guiot de la Garza
Director de Recursos Humanos

Eduardo Guiot de la Garza es licenciado en Relaciones Industriales egresado de la Universidad Iberoamericana, realizó un postgrado en Derecho Laboral en el ITAM, en Mercadotecnia en el ITAM y una Maestría en Administración de Empresas en la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas ("ESADE"). El Sr. Guiot es Director de Recursos Humanos desde agosto de 1993 y ha trabajado en Chedraui 17 años.

Héctor Norberto González López
Gerente de Auditoría Interna

Héctor Norberto González López es licenciado en Contaduría Pública y realizó una Maestría en Planeación y Sistemas de Información en la Universidad Iberoamericana y una Especialización en Alta Dirección del IPADE. Funge como Gerente de Auditoría Interna desde mayo de 2003 y ha trabajado en Chedraui 7 años.

Alfredo Chedraui López
Director de Inmobiliarias

Alfredo Chedraui López es licenciado en Administración de Empresas egresado de la Universidad Anáhuac y tiene un diplomado en economía de la University of California, Los Angeles. Funge como Director de Inmobiliarias desde 2005 y ha trabajado en Chedraui 10 años.

Pedro Benítez Obeso
Director de Operaciones y Administración de Inmuebles

Pedro Benítez Obeso es licenciado en administración de empresas egresado de la Universidad Iberoamericana. El Sr. Benítez funge como Director de Operaciones y Administración Inmobiliarias desde agosto de 2006 y ha trabajado en Chedraui s 27 años.

José Ramón Chedraui Eguia
Director de Marca Propia

José Ramón Chedraui Eguia es licenciado en Administración de Empresas egresado de la Newport University. El Sr. Chedraui es Director de Marca Propia desde enero de 2007 y ha trabajado en Chedraui 16 años.

Ricardo Salmón Valdés
Director de Expansión

Ricardo Salmón Valdés es Arquitecto egresado de la Universidad Anáhuac y realizó un Módulo de Certificación C1 101 en el Instituto CCIM. El Sr. Salmón es Director de Expansión desde enero de 2007 y ha trabajado en Chedraui 4 años.

Eduardo Fuentes Durán
Director de Operaciones

Eduardo Fuentes Durán es ingeniero en Sistemas Electrónicos egresado del ITESM. El Sr. Fuentes es Director de Operaciones desde enero de 2009 y ha trabajado en Chedraui 10 años.

Federico Ortiz González
Director Comercial

Federico Ortiz González es ingeniero Industrial egresado de la Universidad Anáhuac y tiene una maestría en Alta Dirección por el IPADE. El Sr. González entró a Chedraui como Director Comercial en octubre de 2010 y cuenta con una experiencia de 20 años en el sector de autoservicios.

Cesar Alejandro Anaya Jiménez
Director de Compras

César Alejandro Anaya Jiménez es licenciado en Administración de Empresas egresado de la Universidad La Salle. El Sr. Anaya es Director de Compras desde marzo de 2007 y ha trabajado en Chedraui por 20 años.

Alejandro Rafael Lara Hakim
Director de Obras

Alejandro Rafael Lara Hakim es Arquitecto egresado de la Universidad Veracruzana. El Sr. Lara es Director de Obras desde agosto de 1986 y ha trabajado en Chedraui 24 años.

Martín Ruiz Chiarandani
Director de Sistemas

Martín Ruiz Chiarandani es licenciado en Ciencias de la Computación egresado del Centro de Altos Estudios Exactas, de la Universidad de Buenos Aires. El Sr. Ruiz es Director en Sistemas desde abril del 2010.

Arturo Eduardo Antonio Vasconcelos y de Pablo
Director de Logística

Arturo Eduardo Antonio Vasconcelos y de Pablo es Lic. en Administración egresado de la Universidad Anáhuac. El Sr. Vasconcelos es Director de Logística desde junio de 2010.

Consejo de Administración

Alfredo Chedraui Obeso	***Presidente***
José Antonio Chedraui Obeso	*Consejero*
José Antonio Chedraui Eguia	*Consejero*
Agustín Irurita Pérez[1]	*Consejero*
Olegario Vázquez Aldir[1]	*Consejero*
Alejandro Ramírez Magaña[1]	*Consejero*
Federico Carlos Fernández Senderos[1]	*Consejero*
Clemente Ismael Reyes-Retana Valdés[1]	*Consejero*
Juan Félix Rodríguez Montemayor[1]	*Consejero*
Pablo Prudencio Collado Casares[1]	*Consejero*
Guillermo Ortiz Martínez[1]	*Consejero*

Comité de Auditoría y Prácticas Societarias

Clemente Ismael Reyes-Retana Valdés[1]	*Presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias del Grupo*
Juan Félix Rodríguez Montemayor[1]	*Miembro*
Pablo Prudencio Collado Casares[1]	*Miembro*

(1) Consejero independiente del consejo de administración conforme a la Ley del Mercado de Valores



Informe del comité de auditoría y prácticas societarias

AL H. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE
GRUPO COMERCIAL CHEDRAUI, S.A.B. DE C.V.
Presente

En cumplimiento a lo dispuesto por los artículo 42 y 43 de la Ley del Mercado de Valores y de las recomendaciones contenidas en el Código de Mejoras Prácticas Corporativas, el Comité de Auditoría y Practicas Societarias de Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V., (en lo sucesivo el Comité y la Sociedad) presenta a ustedes, por mi conducto, el informe Anual sobre las actividades relevantes llevadas a cabo por dicho Comité durante el ejercicio social terminado el 31 de diciembre de 2010.

Para analizar los resultados de las operaciones y los eventos relevantes de la sociedad y sus subsidiarias, el Comité sesionó una vez por mes durante el año. Los señores miembros invitaron a dichas sesiones a los funcionarios de la sociedad que fueron necesarios para llevar a cabo dicho análisis.

I. ACTIVIDADES REALIZADAS EN MATERIA DE AUDITORIA:

1. Se realizó el análisis del sistema de control interno, así como de los principales aspectos que requieren mejoría y se obtuvo la opinión de los Auditores Externos respecto de dicho sistema; se revisó y aprobó el Plan de Auditoría interna y externa para el Ejercicio 2010, así como las recomendaciones preventivas y correctivas que hizo el auditor externo para mejorar el Sistema de Control Interno, por lo que en nuestra opinión, la sociedad se encuentra operando bajo un ambiente de control interno adecuado.

2. Se llevó a cabo la evaluación de la firma de auditoría externa que es la responsable de expresar una opinión de la razonabilidad en la emisión de información financiera y su apego a las normas contables que la rigen, considerando que Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., miembro de Deloitte Touche Tohmatsu y sus socios cumplen adecuadamente con los requisitos de para auditar a la sociedad, por lo que se recomendó su contratación para emitir su opinión sobre los estados financieros por el ejercicio de 2010

3. Valoramos los servicios adicionales que la firma de auditoría prestó a la sociedad, concluyendo que no impiden emitir una opinión sobre la información financiera con la independencia y diligencia que se requiere.

4. El Comité reviso de manera trimestral los Estados Financieros Consolidados de la Sociedad y sus subsidiarias y los Estados Financieros Individuales de las principales subsidiarias, revisión que incluyó el análisis y la aprobación de las políticas, procedimientos y prácticas contables de la Sociedad y sus subsidiarias y, para tal efecto el Comité obtuvo de la administración directa de la Sociedad y de sus Auditores Externos la información adicional que consideró necesaria, recomendando su publicación

5. Se reviso con la administración de la Sociedad y los Auditores Externos e Internos, los factores de riesgo que puedan afectar las operaciones de la Sociedad y su patrimonio, determinándose que los mismos han sido apropiadamente identificados y administrados.

6. El Comité llevo a cabo reuniones regulares con la administración de la Sociedad, para mantenerse informado de la marcha de la misma, las actividades y eventos relevantes y poco usuales. También se reunió con los Auditores Externos e Internos para comentar el desarrollo de su trabajo, limitaciones que pudieran haber tenido y facilitar cualquier comunicación privada que desearen tener con el Comité.

7. El comité le dio seguimiento a todos los acuerdos tomados en la asamblea de accionistas y en las sesiones del Consejo de Administración.

II ACTIVIDADES RELACIONADAS EN MATERIA DE PRACTICAS SOCIETARIAS:

1. Se nos informó del proceso de evaluación de desempeño de los directivos relevantes

2. Revisamos los reportes de operaciones con partes relacionadas, vigilando que fueran llevadas a cabo a precios de mercado y salvaguardando los intereses de la sociedad, por lo que recomendamos al Consejo de Administración su aprobación.

3. Revisamos los paquetes de remuneraciones al Director General y los directivos relevantes, no encontrando motivo para hacer algún tipo de observación.

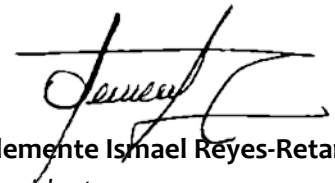
4. En este ejercicio el Consejo de Administración no otorgó ninguna de las dispensas otorgadas indicadas en el artículo 28, Fracción III, inciso f) de la Ley del Mercado de Valores

5. Se analizaron y fue ratificada la aprobación a las políticas corporativas de la Sociedad.

6. El Comité evalúo y recomendó al Consejo de Administración de la Sociedad la creación y puesta en marcha de un Fondo de Recompra de Acciones propias, incluyendo las políticas para su manejo, el cual fue debidamente aprobado por la Asamblea de Accionistas de la Sociedad.

Basados en el trabajo realizado y en la opinión que sobre la información financiera expresó el auditor externo, este comité considera que Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V. ha aplicado adecuadamente las políticas y criterios contables y por lo tanto su información financiera es razonable, se recomienda al Consejo de Administración someta a la aprobación de la Asamblea de Accionistas, los Estados Financieros de Grupo Comercial Chedraui S.A.B. de C.V. y Subsidiarias, por el ejercicio social terminado el 31 de diciembre de 2010.

Atentamente,
Comité de Auditoría y Prácticas Societarias



Clemente Ismael Reyes-Retana Valdés
Presidente

Dictamen de los auditores independientes al Consejo de Administración y Accionistas de Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V.

Hemos examinado los balances generales consolidados de Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias (la Compañía) al 31 de diciembre de 2010 y 2009, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de flujos de efectivo, que les son relativos, por los años que terminaron en esas fechas. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestras auditorías.

Nuestros exámenes fueron realizados de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México, las cuales requieren que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contienen errores importantes, y de que están preparados de acuerdo con las normas de información financiera mexicanas. La auditoría consiste en el examen, con base en pruebas selectivas, de la evidencia que soporta las cifras y revelaciones de los estados financieros; asimismo, incluye la evaluación de las normas de información financiera utilizadas, de las estimaciones significativas efectuadas por la administración y de la presentación de los estados financieros tomados en su conjunto. Consideramos que nuestros exámenes proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2010 y 2009, y los resultados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los flujos de efectivo, por los años que terminaron en esas fechas, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited



C. P. C. Francisco Pérez Cisneros
22 de febrero de 2011

Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Estados financieros consolidados
por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009,
y Dictamen de los auditores independientes del 22 de febrero de 2011

Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Balances generales consolidados

Al 31 de diciembre de 2010 y 2009

(En miles de pesos)

Activo		2010		2009
Activo circulante:				
Efectivo y efectivo restringido	$	2,907,112	$	498,409
Cuentas y documentos por cobrar - Neto *(Nota 4)*		1,456,255		1,076,728
Impuestos por recuperar *(Nota 5)*		781,746		523,355
Cuentas por cobrar a partes relacionadas *(Nota 15b)*		82,289		120,573
Inventarios - Neto		6,328,699		4,532,542
Total del activo circulante		11,556,101		6,751,607
Cuentas por cobrar a partes relacionadas		-		514,536
Inmuebles y equipo - Neto *(Nota 7)*		20,605,687		18,272,000
Activos ociosos		112,427		115,665
Inversión en acciones de asociadas		31,828		31,039
Cuentas por cobrar a largo plazo		100,100		100,138
Otros Activos - Neto *(Nota 8)*		1,589,257		709,719
Total	$	33,995,400	$	26,494,704

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Balances generales consolidados

Al 31 de diciembre de 2010 y 2009

(En miles de pesos)

Pasivo y capital contable		2010		2009
Pasivo circulante:				
Préstamos de instituciones financieras *(Nota 9)*	$	52,701	$	336,287
Porción circulante del pasivo a largo plazo *(Nota 10)*		300,000		-
Cuentas y documentos por pagar a proveedores		10,223,951		8,228,551
Impuestos y gastos acumulados		1,743,117		1,660,844
Total del pasivo circulante		12,319,769		10,225,682
Préstamos bancarios a largo plazo *(Nota 10)*		3,458,763		3,191,461
Impuestos a la utilidad diferidos *(Nota 17c)*		1,013,994		936,044
Beneficios a los empleados *(Nota 11)*		207,277		192,979
Instrumentos financieros derivados *(Nota 6)*		561,699		491,280
Derecho de cobro de contratos fideicomitidos *(Nota 12)*		415,865		648,156
Total del pasivo		17,977,367		15,685,602
Capital contable *(Nota 13)*:				
Capital social		343,401		196,940
Utilidades retenidas		11,290,943		10,086,853
Efectos de conversión de operaciones extranjeras		16,849		39,721
Efecto por el reconocimiento de la valuación de instrumentos derivados		(310,426)		(248,476)
Prima en colocación de acciones		4,530,519		-
Participación controladora		15,871,286		10,075,038
Participación no controladora		146,747		734,064
Total del capital contable		16,018,033		10,809,102
Total	$	33,995,400	$	26,494,704

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Estados consolidados de resultados

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(En miles de pesos, excepto dato en utilidad por acción)

		2010		2009
Ingresos:				
Ventas netas	$	52,794,067	$	47,901,279
Costo de ventas		42,221,776		38,379,016
Utilidad Bruta		10,572,291		9,522,263
Gastos de operación		7,992,267		7,098,608
Utilidad de operación		2,580,024		2,423,655
Otros (gastos) ingresos – Neto		(71,120)		74,718
Utilidad antes de resultado integral de financiamiento, participación en los resultados de compañías asociadas e impuestos a la utilidad		2,508,904		2,498,373
Resultado integral de financiamiento:				
Gasto por intereses		(521,593)		(676,969)
Ingreso por intereses		126,707		110,828
Ganancia cambiaria		8,943		1,040
Efecto de valuación de instrumentos financieros		(256,193)		(202,337)
		(642,136)		(767,438)
Participación en los resultados de compañías asociadas		2,886		-
Utilidad antes de impuestos a la utilidad		1,869,654		1,730,935
Impuestos a la utilidad *(Nota 17)*		420,760		337,424
Utilidad neta consolidada	$	1,448,894	$	1,393,511
Participación controladora	$	1,427,903	$	1,348,966
Participación no controladora		20,991		44,545
Utilidad neta consolidada	$	1,448,894	$	1,393,511
Utilidad básica por acción ordinaria	$	2	$	35

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Estados consolidados de variaciones en el capital contable

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(En miles de pesos)

	Capital social	Prima neta en colocación de acciones	Utilidades retenidas
Saldo al 1 de enero de 2009	$ 196,940	$ -	$ 8,982,804
Resultado en venta de acciones	-	-	(244,917)
Utilidad integral	-	-	1,348,966
Saldo al 31 de diciembre de 2009	196,940	-	10,086,853
Aumento del capital social	146,461	4,530,519	-
Dividendos pagados	-	-	(223,813)
Saldos antes de utilidad integral	343,401	4,530,519	9,863,040
Utilidad integral	-	-	1,427,903
Compra de acciones de participación no controladora	-	-	-
Saldo al 31 de diciembre de 2010	$ 343,401	$ 4,530,519	$ 11,290,943

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

	Efectos de conversión de operaciones extranjeras	Efecto por el reconocimiento de instrumentos derivados	Participación no controladora	Total del capital contable
	$ 92,476	$ (178,174)	$ 198,418	$ 9,292,464
	-	-	506,235	261,318
	(52,755)	(70,302)	29,411	1,255,320
	39,721	(248,476)	734,064	10,809,102
	-	-	-	4,676,980
	-	-	-	(223,813)
	39,721	(248,476)	734,064	15,262,269
	(22,872)	(61,950)	(32,860)	1,310,221
	-	-	(554,457)	(554,457)
	$ 16,849	$ (310,426)	$ 146,747	$ 16,018,033

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Estado consolidado de flujos de efectivo

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(En miles de pesos)

	2010	2009
Actividades de operación:		
Utilidad antes de impuesto a la utilidad	$ 1,869,654	$ 1,730,395
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	794,771	686,609
Ganancia en venta de inmuebles y equipo	89,927	(23,052)
Intereses a favor	(126,707)	(110,828)
Instrumentos financieros derivados		1,773
Participación en las (utilidades) pérdidas de compañías subsidiarias y asociadas	(789)	29,924
Beneficio a los empleados	14,298	25,863
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo	521,593	879,306
	3,162,747	3,220,530
(Aumento) disminución en:		
Cuentas por cobrar - Neto	(379,527)	(178,173)
Inventarios – Neto	(1,796,157)	(478,128)
Otros activos – Neto	(258,391)	47,015
Cuentas por cobrar a partes relacionadas – Neto	552,820	(442,547)
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	1,995,400	387,499
Otras cuentas por pagar	(260,534)	(391,334)
Impuestos a la utilidad pagados	-	92,645
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	3,016,358	2,257,507
Actividades de inversión:		
Adquisición de inmuebles y equipo	(3,225,368)	(1,488,937)
Venta de inmuebles y equipo	123,471	496,441
Gastos de Instalación	(992,787)	(234,035)
Adquisición de participación no controlada	(608,312)	-
Venta de acciones por desincorporación de afiliada	-	246,184
Intereses cobrados	126,707	88,584
Flujos netos de efectivo de actividades de inversión	(4,576,289)	(891,763)
Actividades de financiamiento:		
Pago de préstamos	283,712	(825,749)
Intereses pagados	(521,593)	(878,674)
Pago de dividendos	(223,809)	-
Incrementos de capital	4,676,980	-
Instrumentos derivados	8,470	-
Derecho de cobro de contratos fideicomitidos	(232,254)	(324,118)
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	3,991,506	(2,028,541)
Aumento (decremento) neto de efectivo y efectivo restringido	2,431,575	(662,797)
Efectos por cambios en el valor del efectivo	(22,872)	(52,755)
Efectivo al principio del período (incluye efectivo restringido)	498,409	1,213,961
Efectivo al final del período (incluye efectivo restringido)	$ 2,907,112	$ 498,409

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Notas a los estados financieros consolidados

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009

(En miles de pesos)

1. Actividades

Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias (la Compañía) se dedican a la operación de inmobiliarias y tiendas de autoservicio, especializadas en la comercialización de productos electrónicos, abarrotes y mercancías en general.

2. Bases de presentación

a. ***Unidad monetaria de los estados financieros*** - Los estados financieros y notas al 31 de diciembre de 2010 y 2009 y por los años que terminaron en esas fechas incluyen saldos y transacciones de pesos de diferente poder adquisitivo.

b. ***Consolidación de estados financieros*** - Los estados financieros consolidados incluyen los de Grupo Comercial Chedraui, S. A. B. de C. V. y los de sus subsidiarias, como sigue:

Compañía o Grupo	Actividad
Tiendas Chedraui, S. A. de C. V.	Es una cadena de 156 tiendas de autoservicio especializada en la comercialización de líneas de abarrotes, ropa y mercancías en general, las que incluyen 36 tiendas de autoservicio que operan con el nombre comercial de Súper Chedraui.
División Inmobiliaria	Grupo de empresas cuyo objetivo es la adquisición, construcción, comercialización y arrendamiento de inmuebles dedicados a actividades inmobiliarias.
División servicios	Grupo de compañías prestadoras de servicios administrativos, de transporte de mercancías y personal.
Bodega Latina Co.	Cadena de tiendas de autoservicio que cuenta con 34 unidades ubicadas en el sur de los Estados Unidos de América que operan bajo el nombre comercial El Super.
Grupo Crucero Chedraui, S. A. de C. V.	Compañía controladora de 3 inmobiliarias, 1 prestadora de servicios administrativos y dos empresas de otros servicios.

Los saldos y operaciones importantes entre las compañías consolidadas han sido eliminados.

c. ***Conversión de estados financieros de subsidiarias en moneda extranjera*** - Para consolidar los estados financieros de subsidiarias extranjeras, éstos se modifican en la moneda de registro para presentarse bajo NIF mexicanas. Los estados financieros se convierten a pesos mexicanos, considerando la siguiente metodología:

Las operaciones extranjeras cuya moneda de registro y funcional es la misma, convierten sus estados financieros utilizando los siguientes tipos de cambio:1) de cierre para los activos y pasivos y 2) histórico para el capital contable y 3) el de la fecha de devengamiento para los ingresos, costos y gastos. Los efectos de conversión se registran en el capital contable.

d. ***Utilidad integral*** - Es la modificación del capital contable durante el ejercicio por conceptos que no son aportaciones, reducciones y distribuciones de capital; se integra por la utilidad neta del ejercicio más otras partidas que representan una ganancia o pérdida del mismo periodo, las cuales se presentan directamente en el capital contable sin afectar el estado de resultados. Las otras partidas de utilidad integral incluyen los efectos de conversión de operaciones extranjeras y valuación del derivado de cobertura. Al momento de realizarse los activos y pasivos que originaron las otras partidas de utilidad integral, estas últimas se reconocen en el estado de resultados.

e. ***Clasificación de costos y gastos*** - Se presentan atendiendo a su función debido a que esa es la práctica de la industria a la que pertenece la Compañía.

f. ***Utilidad de operación*** - Se obtiene de disminuir a las ventas netas el costo de ventas y los gastos de operación. Aun cuando la NIF B-3, Estado de resultados, no lo requiere, se incluye este renglón en los estados de resultados consolidados que se presentan ya que contribuye a un mejor entendimiento del desempeño económico y financiero de la Compañía.

g. ***Utilidad antes de resultado integral de financiamiento participación en los resultados de compañías asociadas e impuestos a la utilidad*** - Se obtiene de aumentar o disminuir a la utilidad de operación, otros ingresos y gastos. Aun cuando la NIF B-3, Estado de resultados, no lo requiere, se incluye este renglón en los estados de resultados consolidados que se presentan ya que contribuye a un mejor entendimiento del desempeño económico y financiero de la Compañía

3. Resumen de las principales políticas contables:

Los estados financieros consolidados adjuntos cumplen con las Normas de Información Financiera Mexicanas (NIF). Su preparación requiere que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice determinados supuestos para valuar algunas de las partidas de los estados financieros y para efectuar las revelaciones que se requieren en los mismos. Sin embargo, los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones. La administración de la Compañía, aplicando el juicio profesional, considera que las estimaciones y supuestos utilizados fueron los adecuados en las circunstancias. Las principales políticas contables seguidas por la Compañía son las siguientes:

a. Cambios contables:

A partir del 1 de enero de 2010, la Compañía adoptó las siguientes nuevas NIF e Interpretaciones a las Normas de Información Financiera INIF:

NIF C-1, Efectivo y equivalentes de efectivo.- Requiere la presentación del efectivo y equivalentes de efectivo restringido en el rubro de efectivo y equivalentes de efectivo, a diferencia del Boletín C-1, que requería la presentación en forma separada; sustituye el término de inversiones temporales a la vista por el de inversiones disponibles a la vista y considera como una característica de este tipo de inversiones el vencimiento hasta de tres meses a partir de la fecha de adquisición. El efectivo restringido al 31 de diciembre de 2010 y 2009 es de $231,283 y $147,612, respectivamente.

Mejoras a las NIF 2010. Las principales mejoras que generan cambios contables son:

NIF B-1, Cambios contables y correcciones de errores - Se amplían las revelaciones cuando la Compañía aplica una nueva norma particular.

NIF B-2, Estado de flujos de efectivo - Se requiere mostrar en un renglón por separado, denominado efectos por cambios en el valor del efectivo, los efectos en los saldos de efectivo y equivalentes de efectivo por cambios en su valor resultantes de fluctuaciones en el tipo de cambio y en su valor razonable, además de los efectos por conversión a la moneda de informe de los saldos y flujos de efectivo de operaciones extranjeras y de los efectos de inflación asociados con los saldos y flujos de efectivo de cualquiera de las entidades que conforman la entidad y que se encuentre en un entorno económico inflacionario

NIF B-7, Adquisiciones de negocios, Se precisa que el reconocimiento de activos intangibles o provisiones cuando el negocio adquirido tiene un contrato en condiciones favorables o desfavorables en relación con el mercado, sólo procede cuando el negocio adquirido es el arrendatario y el contrato es de arrendamiento operativo. Este cambio contable se reconoce en forma retrospectiva sin ir más allá del 1 de enero de 2010.

NIF C-7, Inversiones en asociadas y otras inversiones permanentes, Se modifica la forma mediante la cual se determinan los efectos derivados de incrementos en el porcentaje de participación en una asociada. Asimismo, se establece que los efectos determinados por incrementos o disminuciones en el porcentaje de participación en la asociada se deben reconocer en el rubro de participación en los resultados de asociadas y no en el rubro de partidas no ordinarias.

NIF C-13, Partes relacionadas - Se requiere que en caso de que la controladora directa o la controladora principal de la entidad informante no emitan estados financieros disponibles para uso público, la entidad informante debe revelar el nombre de la controladora, directa o indirecta, más próxima, que emita estados financieros disponibles para uso público.

b. ***Reclasificaciones*** - Los estados financieros por el año que terminó el 31 de diciembre de 2009 han sido reclasificados en ciertos rubros para conformar su presentación con la utilizada en 2010.

c. ***Reconocimiento de los efectos de la inflación*** - La inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores al 31 de diciembre de 2010 y 2009, es 14.48% y 15.01%, respectivamente; por lo tanto, el entorno económico califica como no inflacionario en ambos ejercicios. Los porcentajes de inflación por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2010 y 2009 fueron 4.40% y 3.57%, respectivamente.

A partir del 1 de enero de 2008, la Compañía suspendió el reconocimiento de los efectos de la inflación en los estados financieros; sin embargo, los activos, pasivos no monetarios y capital contable incluyen los efectos de reexpresión reconocidos hasta el 31 de diciembre de 2007.

d. ***Efectivo -*** Consisten principalmente en depósitos bancarios en cuentas de cheques e inversiones en valores a corto plazo, de gran liquidez, fácilmente convertibles en efectivo, con vencimiento hasta de tres meses a partir de su fecha de adquisición y sujetos a riesgos poco significativos de cambios en valor. El efectivo se presenta a valor nominal; las fluctuaciones en su valor se reconocen en el Resultado Integral de Financiamiento (RIF) del periodo.

e. ***Inventarios y costo de ventas*** - Los inventarios se valúan al menor de su costo o valor de realización, utilizando el método de costo promedio.

f. ***Inmuebles y equipo*** - Se registran al costo de adquisición. Los saldos que provienen de adquisiciones realizadas hasta el 31 de diciembre del 2007 contienen efectos de revaluación determinados mediante la aplicación de costos específicos y/o factores derivados del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) hasta esa fecha. La depreciación se calcula por el método de línea recta con base en la vida útil de los activos al 31 de diciembre de 2010 y 2009, como sigue:

	Años
Edificios	50
Equipo de tienda	11
Mobiliario y equipo	11
Equipo de transporte	10

El RIF incurrido durante el periodo de construcción e instalación de los inmuebles y equipo calificables se capitaliza y se actualizó hasta el 31 de diciembre de 2007 aplicando el INPC.

g. ***Inversión en acciones de asociadas*** - La inversión en acciones de compañías asociadas se valúa por el método de participación. Conforme a éste método, el costo de adquisición de las acciones se modifica por la parte proporcional de los cambios posteriores a la fecha de la compra en las cuentas de capital contable de las compañías asociadas. La participación de la compañía en el resultado de las asociadas se presenta por separado en el estado de resultados. En caso de presentarse indicios de deterioro las inversiones en asociadas se someten a pruebas de deterioro.

h. ***Deterioro de activos de larga duración en uso*** - La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración en uso, ante la presencia de algún indicio de deterioro que pudiera indicar que el valor en libros pudiera no ser recuperable, considerando el mayor del valor presente de los flujos netos de efectivo futuros o el precio neto de venta en el caso de su eventual disposición. El deterioro se registra si el valor en libros excede al mayor de los valores antes mencionados. Los indicios de deterioro que se consideran para estos efectos, son entre otros, las pérdidas de operación o flujos de efectivo negativos en el periodo si es que están combinados con un historial o proyección de pérdidas, depreciaciones y amortizaciones cargadas a resultados que en términos porcentuales, en relación con los ingresos, sean substancialmente superiores a las de ejercicios anteriores, efectos de obsolescencia, competencia y otros factores económicos y legales. La Compañía no ha presentado indicios de deterioro al 31 de diciembre de 2010 y 2009.

i. ***Política de administración de riesgos financieros*** - Las actividades que realiza la Compañía la exponen a una diversidad de riesgos financieros que incluyen: el riesgo de mercado (que incluye el riesgo cambiario, el de las tasas de interés y el de precios, tales como el de inversión en títulos accionarios y el de futuros de precios de bienes genéricos) el riesgo crediticio y el riesgo de liquidez. La Compañía busca minimizar los efectos negativos potenciales de estos riesgos en su desempeño financiero a través de un programa general de administración de riesgos. La Compañía utiliza instrumentos financieros derivados y no derivados para cubrir algunas exposiciones a los riesgos financieros alojados en el balance general (activos y pasivos reconocidos), así como fuera de éste (compromisos en firme y transacciones pronosticadas altamente probables de ocurrir). La administración de riesgos financieros y el uso de instrumentos financieros derivados y no derivados se rige por las políticas de la Compañía aprobadas por el Consejo de Administración y se lleva cabo a través de un departamento de tesorería. La Compañía identifica, evalúa y cubre los riesgos financieros en cooperación con sus subsidiarias. El Consejo de Administración ha aprobado políticas generales escritas con respecto a la administración de riesgos financieros, así como las políticas y límites asociados a otros riesgos específicos, los lineamientos en materia de pérdidas permisibles, cuando el uso de ciertos instrumentos financieros derivados es aprobado, cuando pueden ser designados o no califican con fines de cobertura, sino con fines de negociación, como es en el caso de ciertos forwards y swaps de tasa y/o de divisa que han sido contratados. El cumplimiento de las políticas establecidas por la administración de la Compañía y los límites de exposición son revisados por los auditores internos de forma continua.

j. ***Instrumentos financieros derivados*** - La Compañía obtiene financiamientos bajo diferentes condiciones; cuando estos son a tasa variable, con la finalidad de reducir su exposición a riesgos de volatilidad en tasa de interés, contrata instrumentos financieros derivados swaps a tasa de interés que convierten su perfil de pagos de intereses, de tasa variable a fija. La negociación con instrumentos derivados se realiza sólo con instituciones de reconocida solvencia y se han establecido límites para cada institución. La política de la Compañía es la de no realizar operaciones con propósitos de especulación con instrumentos financieros derivados.

La Compañía reconoce todos los activos o pasivos que surgen de las operaciones con instrumentos financieros derivados en el balance general a valor razonable, independientemente del propósito de su tenencia. El valor

razonable se determina con base en precios de mercados reconocidos y cuando no cotizan en un mercado, se determina con base en técnicas de valuación aceptadas en el ámbito financiero.

Cuando los derivados son contratados con la finalidad de cubrir riesgos y cumplen con todos los requisitos de cobertura, se documenta su designación al inicio de la operación de cobertura, describiendo el objetivo, características, reconocimiento contable y como se llevará a cabo la medición de la efectividad, aplicables a esa operación.

Los derivados designados como cobertura reconocen los cambios en valuación de acuerdo al tipo de cobertura de que se trate: (1) cuando son de valor razonable, las fluctuaciones tanto del derivado como de la partida cubierta se valúan a valor razonable y se reconocen en resultados; (2) cuando son de flujo de efectivo, la porción efectiva se reconoce temporalmente en la utilidad integral y se aplica a resultados cuando la partida cubierta los afecta; la porción inefectiva se reconoce de inmediato en resultados;

La Compañía suspende la contabilidad de coberturas cuando el derivado ha vencido, ha sido vendido, es cancelado o ejercido, cuando el derivado no alcanza una alta efectividad para compensar los cambios en el valor razonable o flujos de efectivo de la partida cubierta, o cuando la entidad decide cancelar la designación de cobertura.

Al suspender la contabilidad de coberturas en el caso de coberturas de flujo de efectivo, las cantidades que hayan sido registradas en el capital contable como parte de la utilidad integral, permanecen en el capital hasta el momento en que los efectos de la transacción pronosticada o compromiso en firme afecten los resultados. En el caso de que ya no sea probable que el compromiso en firme o la transacción pronosticada ocurra, las ganancias o las pérdidas que fueron acumuladas en la cuenta de utilidad integral son reconocidas inmediatamente en resultados. Cuando la cobertura de una transacción pronosticada se mostró satisfactoria y posteriormente no cumple con la prueba de efectividad, los efectos acumulados en la utilidad integral en el capital contable, se llevan de manera proporcional a los resultados, en la medida que el activo o pasivo pronosticado afecte los resultados.

k. ***Crédito mercantil*** - Representa el exceso del precio pagado sobre el valor de mercado de los activos y pasivos asumidos correspondientes a 17 tiendas ubicadas en el sur de los Angeles, California, y 3 tiendas ubicadas en Baja California Sur, México, por lo que se han considerado como un activo intangible.

l. ***Provisiones*** - Se reconocen cuando se tiene una obligación presente como resultado de un evento pasado, que probablemente resulte en la salida de recursos económicos y que pueda ser estimada razonablemente.

m. ***Beneficios directos a los empleados*** - Se valúan en proporción a los servicios prestados, considerando los sueldos actuales y se reconoce el pasivo conforme se devengan. Incluye principalmente PTU por pagar, ausencias compensadas, como vacaciones y prima vacacional, e incentivos.

n. Beneficios a los empleados por terminación y al retiro - El pasivo por primas de antigüedad, pensiones, e indemnizaciones por terminación de la relación laboral se registra conforme se devenga, el cual se calcula por actuarios independientes con base en el método de crédito unitario proyectado utilizando tasas de interés nominales.

o. Participación de los trabajadores en las utilidades (PTU) - La PTU se registra en los resultados del año en que se causa y se presenta en el rubro de otros ingresos y gastos en el estado de resultados adjunto. La PTU diferida se determina por las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos y se reconoce sólo cuando sea probable la liquidación de un pasivo o generación de un beneficio, y no exista algún indicio de que vaya a cambiar esa situación, de tal manera que dicho pasivo o beneficio no se realice.

p. Impuestos a la utilidad - El impuesto sobre la renta (ISR) y el Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU) se registran en los resultados del año en que se causan. Para reconocer el impuesto diferido se determina si, con base en proyecciones financieras, la Compañía causará ISR o IETU y reconoce el impuesto diferido que corresponda al impuesto que esencialmente pagará. El diferido se reconoce aplicando la tasa correspondiente a las diferencias temporales que resultan de la comparación de los valores contables y fiscales de los activos y pasivos, y en su caso, se incluyen los beneficios de las pérdidas fiscales por amortizar y de algunos créditos fiscales. El impuesto diferido activo se registra sólo cuando existe alta probabilidad de que pueda recuperarse.

El impuesto al activo (IMPAC) pagado hasta 2007, que se espera recuperar, se registra como un crédito fiscal y se presenta en el balance general disminuyendo en el rubro de impuestos diferidos.

q. Transacciones en moneda extranjera - Las transacciones en moneda extranjera se registran al tipo de cambio vigente a la fecha de su celebración. Los activos y pasivos monetarios en moneda extranjera se valúan en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha de los estados financieros. Las fluctuaciones cambiarias se registran en los resultados del año.

r. Reconocimiento de ingresos - Los ingresos se reconocen en el periodo en el que se transfieren los riesgos y beneficios de los inventarios a los clientes, lo cual generalmente ocurre a su entrega.

Los ingresos por el arrendamiento de locales se registran conforme se devengan.

A partir de 2009, la compañía adoptó la International Financial Reporting Interpretation Committee (IFRIC) 13 “Customer Loyalty Programs” reconociendo en los ingresos el valor razonable de las recompensas otorgadas a través del programa de monederos electrónicos.

s. Utilidad por acción - La utilidad básica por acción ordinaria se calcula dividiendo la utilidad neta consolidada entre el promedio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante el ejercicio.

4. Cuentas y documentos por cobrar – Neto

		2010		2009
Clientes	$	765,070	$	639,994
Estimación para cuentas de cobro dudoso		(3,541)		(30,388)
		761,529		609,606
Deudores Diversos		679,188		444,756
Documentos por cobrar		15,538		22,366
	$	1,456,255	$	1,076,728

5. Impuestos por recuperar

		2010		2009
ISR pagado en exceso	$	79,810	$	119,089
Impuesto al Valor Agregado y Especial sobre Producción y Servicios por acreditar (IEPS)		624,813		327,857
Otros (principalmente crédito al salario)		77,123		76,409
	$	781,746	$	523,355

6. Instrumentos financieros derivados

Durante 2009, la Compañía contrató un forward de tipo de cambio sobre una obligación denominada en divisas por 20,400,000 dólares estadounidenses, que vencía en febrero de 2010, fijando un tipo de cambio de $13.16 pesos por dólar, para cubrir una obligación de pago denominada en dicha divisa por la cantidad de 20,400,000 dólares estadounidenses y a la misma fecha de vencimiento. La cobertura se clasificó como de negociación, por lo que el resultado cambiario del forward se registra en el resultado integral de financiamiento, compensando el resultado cambiario derivado del pasivo cubierto.

La Compañía tiene celebrados collares de tasas de interés, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés de los préstamos recibidos, para controlar la integración de su deuda de tasas fijas a variables y viceversa. El 3 de diciembre de 2009, la Compañía celebró cuatro collares de tasas de interés bajo este esquema, a través de los cuales paga o recibe importes calculados con base a tasas de interés con un piso y un techo fijos, relacionados a la tasa TIIE de 28 días. El primero de los collares, cuyo importe nocional asciende a $1,750 millones de pesos expira el 4 de agosto de 2017, el segundo, con importe nocional de $750 millones de pesos expira el 29 de septiembre de

2012, el tercero con un importe nocional de $600 millones de pesos expira el 29 de junio de 2012 y el cuarto, con un importe nocional de $782 millones de pesos, vence el 28 de marzo de 2018. El importe nocional y las fechas de vencimiento de los instrumentos derivados, se encuentran relacionadas con los créditos cubiertos. Durante 2010, por los swaps mencionados anteriormente, la Compañía pagó una tasa de interés de 11.12% y recibió una tasa de interés promedio ponderada de 4.91. La diferencia se registró en el RIF, compensado el efecto de la tasa variable del préstamo cubierto. El activo que generan los collares, se reconoce en la utilidad integral dentro de capital contable y se aplica en resultados

7. Inmuebles y equipo – Neto

		2010		2009
Edificios	$	16,563,272	$	15,026,086
Equipo de tienda		4,437,337		3,881,144
Mobiliario y equipo		1,328,216		1,301,710
Equipo de transporte		197,527		206,968
		22,526,352		20,415,908
Depreciación acumulada		(7,677,159)		(7,312,399)
		14,849,193		13,103,509
Construcciones en proceso		480,776		437,642
Terrenos		5,275,718		4,730,849
	$	20,605,687	$	18,272,000

8. Otros activos - Neto

		2010		2009
Depósitos en garantía	$	363,804	$	177,679
Crédito Mercantil		625,774		86,287
Otros Activos a largo plazo		208,094		149,672
Software y licencias		634,200		403,155
		1,831,872		816,793
Amortización acumulada		(242,615)		(107,074)
	$	1,589,257	$	709,719

9. Préstamos de instituciones financieras

Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, los préstamos de instituciones financieras contratados y las tasas de interés anuales se integran como se menciona a continuación:

	2010	2009
Pagaré a favor de BBVA Bancomer, S. A., Institución de Banca Múltiple, que permite que la compañía realice adquisiciones de capital de trabajo, a una tasa de interés anual del 7.76% con vencimiento el 4 de enero de 2010	$ -	$ 100,000
Pagaré a favor de BBVA Bancomer Miami, Institución de Banca Múltiple, que permite que la compañía realice adquisiciones de capital de trabajo por un importe de 4,300,000 de dólares estadounidenses, con una vigencia del 17 de diciembre de 2010 al 20 de diciembre de 2011. La tasa de interés al 31 de diciembre de 2010, tasa libor a un mes más 0.75%.	52,701	55,843
Pagaré a favor de Banco Santander, S. A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Santander, que permite que la compañía realice adquisiciones de capital de trabajo, a una tasa de interés anual de la TIIE más 2.8 con una vigencia de 1año a partir de junio de 2009. La tasa al 31 de diciembre de 2009 fue 7.72 %	-	180,444
	$ 52,701	$ 336,287

10. Préstamos bancarios a largo plazo

	2010	2009
Préstamo contratado con Banco Nacional de México, S. A. (Banamex) con avales otorgados por diversas subsidiarias significativas a una tasa anual TIIE más un margen financiero que va de 0.65 a 1.0 puntos porcentuales, el cual depende del nivel de apalancamiento consolidado, con una duración de 10 años a partir de septiembre de 2007. La tasa al 31 de diciembre de 2010 fue 5.42%.	$ 1,750,000	$ 1,750,000

Préstamo con BBVA Bancomer, S. A. (BBVA), con avales otorgados por diversas subsidiarias significativas a una tasa anual TIIE más un margen financiero que va de 0.60 a 1.0 puntos porcentuales con un período de gracia de 5 años en el pago del principal a partir del 13 de septiembre de 2007. La tasa al 31 de diciembre de 2010 fue 5.41%	750,000	750,000
Préstamo con BBVA Bancomer, S. A. (BBVA), con avales otorgados por diversas subsidiarias significativas a una tasa anual TIIE más un margen financiero que va de 0.375 a 1.0 puntos porcentuales con un período de gracia de 4 años en el pago del principal a partir del 12 de junio 2008. La tasa al 31 de diciembre de 2010 fue 5.24%	600,000	600,000
Crédito contratado por Bodega Latina Co. con City Nacional Bank por un importe de US$7,000,000 a una tasa Libor más 1.25% puntos porcentuales con un periodo de gracia de 2 años en el pago principal	-	91,461
Crédito contratado por Bodega Latina Co. con Wells Fargo Bank por un importe de US$53,342 a una tasa 2.875, con un periodo de gracia al 31 de diciembre de 2012 para el pago principal.	658,763	-
Pasivo a largo plazo	3,758,763	3,191,461
Menos – Porción circulante	300,000	-
	$ 3,458,763	$ 3,191,461

Los vencimientos de la porción a largo plazo de este pasivo al 31 de diciembre de 2010 y 2009, son:

		2010		2009
2011	$	-	$	91,461
2012		1,708,763		1,350,000
2015		350,000		350,000
2016		700,000		700,000
2017		700,000		700,000
	$	3,458,763	$	3,191,461

11. Beneficios a empleados

La Compañía tiene un plan de pensiones con beneficios definidos que cubre a todos los empleados que cumplan 65 años de edad.

Este plan cubre también primas de antigüedad, que consisten en un pago único de 12 días por cada año trabajado con base al último sueldo, limitado al doble del salario mínimo establecido por ley. El pasivo relativo y el costo anual de beneficios se calculan por actuario independiente conforme a las bases definidas en los planes, utilizando el método de crédito unitario proyectado.

a. Los valores presentes de estas obligaciones y las tasas utilizadas para su cálculo son:

		2010		2009
Obligación por beneficios definidos	$	173,808	$	119,805
Valor razonable de activos del plan		(3,576)		(6,098)
Situación del fondo no fondeado		170,232		113,707
Partidas pendientes de amortizar:				
Obligaciones de Transición por reconocer		2,603		3,807
Servicios pasados, cambio en metodología y modificaciones al plan (*)		-		3,910
Ganancias actuariales		(45,239)		(22,690)
Partidas pendientes de amortizar (**)		(42,636)		(14,973)
Pasivo Bodega latina		17,116		28,314
Pasivo por obligaciones contraídas con outsoursing		62,565		65,931
Pasivo neto proyectado	$	207,277	$	192,979

* El cambio en metodología incluye en 2010 la carrera salarial y cambio de tasa neta a tasa nominal

** Las ganancias y pérdidas actuariales incluyen las variaciones en cifras reales contra las estimadas al inicio y variaciones en supuestos

b. Las tasas nominales utilizadas en los cálculos actuariales son:

	2010	2009
Descuento de las obligaciones por beneficios proyectados a su valor presente	7.75%	9.25%
Tasa de rendimiento esperada de activos del plan	8.75%	8.75%
Incremento salarial	4.50%	4.50%

Las partidas pendientes de amortizar se aplican a resultados en 5 años, el cual es el límite máximo establecido en esta NIF D-3.

c. El costo neto del periodo se integra como sigue:

		2010		2009
Costo laboral del servicio actual	$	21,584	$	19,203
Costo financiero		9,949		8,347
Rendimiento esperado de los activos del plan		(399)		(579)
Pasivo de transición		(1,270)		(1,237)
Mejoras al plan		1,939		3,311
Ganancia actuarial del año		2,579		1,013
Efecto de reducción y liquidación de obligaciones		-		(235)
Ganancia reconocida por ajuste		40,327		18,608
Costo neto del periodo	$	74,709	$	48,431
Costo neto del periodo Bodega Latina	$	(11,198)	$	10,921
Provisión por obligaciones contraídas con outsoursing		(3,366)		21,789
Pagos contra reserva		(45,847)		(55,278)
Costo neto del periodo	$	14,298	$	25,863

d. Cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos:

		2010		2009
Valor presente de la obligación por beneficios definidos al 1 de enero	$	119,805	$	102,749
Costo laboral del servicio actual		(23,642)		19,203
Costo financiero		9,949		8,347
Pérdida actuarial sobre la obligación		67,696		(10,495)
Valor presente de la obligación por beneficios definidos al 31 de diciembre	$	173,808	$	119,805

12. Derechos de cobro de contratos fideicomitidos

La compañía en conjunto con 6 subsidiarias del grupo (fideicomitentes) constituyeron un fideicomiso no empresarial con Supervisión y Mantenimiento de Inmuebles, S.A. de C.V. (Supermant); en el que se designó a una institución de banca múltiple como fiduciaria instruida por Supermant a celebrar un crédito con otra institución de banca múltiple

y adquirir un crédito, a través de la suscripción del contrato de cesión de los fideicomitentes, las cuentas por cobrar, los derechos al cobro existentes y futuros de ciertos contratos de arrendamiento, publicidad y estacionamiento.

El contrato de fideicomiso requiere mantener una reserva de efectivo, misma que será recuperada en el momento en que dicho contrato se dé por concluido. Dicha reserva se presenta en el activo no circulante como cuenta por cobrar a largo plazo.

De acuerdo al contrato de fideicomiso, conforme se vayan realizando los derechos de cobro, los recursos obtenidos se utilizan para cubrir las erogaciones propias del fideicomiso como son; principalmente, los honorarios al administrador, impuestos generados, comisiones e intereses por la deuda convenida; el remanente se aplicara al pago anticipado de la deuda contratada. En caso de que dicho remanente no logre cubrir el pago mínimo de la deuda, el diferencial se obtiene de la reserva de efectivo mencionada en el párrafo anterior, la cual deberá resarcirse con la realización de los derechos de cobro futuros; si las reservas fueran insuficientes, los fideicomitentes podrán; pero sin obligación a hacerlo, ceder y aportar a favor del fiduciario derechos al cobro elegibles que permitan restablecer dicha omisión.

De acuerdo a las proyecciones de la compañía sobre las ocupaciones y recuperación de cartera, la administración estima que la liquidación del crédito se realizará en un plazo menor a diez años originalmente convenidos convenido.

Al 31 de diciembre de 2010 y 2009 la compañía tenía registrados derechos de cobro por $382,747 y $648,156, respectivamente, y una cuenta por cobrar a largo plazo por $89,053 y $89,070, respectivamente

El ingreso se reconoce en los resultados de cada ejercicio en función de la proporción en que dichos derecho de cobro se devenguen o materialicen.

13. Capital contable

a. El capital social al 31 de diciembre de 2010, está integrado por 963,917,211 acciones ordinarias sin expresión de valor nominal. Las acciones de capital fijo no tienen derecho de retiro y el capital variable no podrá exceder de diez veces el capital fijo.

b. En Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas celebrada el 5 de abril de 2010, se aprobó: 1) llevar a cabo la división (Split) de las acciones representativas del capital social, pasando de 36,971,616 a 817,452,422 acciones nominativas ordinarias sin expresión de valor nominal; 2) Aprobación para llevar a cabo la oferta de suscripción y venta de acciones representativas del capital social emitiendo 146,464,789 en oferta publica primaria . Esta colocación generó una prima neta en emisión de acciones por $4,530,519

c. En el mes de octubre de 2009, Vogt compañía subsidiaria de Grupo Comercial Chedraui, S. A. de C. V; vendió su participación del 5.07% que tenía en Grupo Crucero Chedraui S.A. de C. V. (Subsidiaria de Grupo Comercial Chedraui, S. A. de C.V.), a dos accionistas de la compañía controladora. Debido a que esta transacción no implica la pérdida del control de la controladora en la subsidiaria, la diferencia entre el importe del ajuste a

la participación no controladora y el valor razonable de las contraprestaciones recibidas fue reconocida en el capital contable, según se aprecia en el estado de variaciones en el capital contable adjunto.

d. En Asamblea ordinaria de Accionistas celebrada 7 de abril de 2010, se acordó el pago de dividendos por $223,813.

e. Las utilidades retenidas incluyen la reserva legal. De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, de las utilidades netas del ejercicio debe separarse un 5% como mínimo para formar la reserva legal, hasta que su importe ascienda al 20% del capital social a valor nominal. La reserva legal puede capitalizarse, pero no debe repartirse a menos que se disuelva la sociedad, y debe ser reconstituida cuando disminuya por cualquier motivo. Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, su importe a valor nominal asciende a $7,394.

f. La distribución del capital contable, excepto por los importes actualizados del capital social aportado y de las utilidades retenidas fiscales, causará el impuesto sobre la renta a cargo de la Compañía a la tasa vigente al momento de la distribución. El impuesto que se pague por dicha distribución, se podrá acreditar contra el impuesto sobre la renta del ejercicio en el que se pague el impuesto sobre dividendos y en los dos ejercicios inmediatos siguientes, contra el impuesto del ejercicio y los pagos provisionales de los mismos.

g. El Saldo de la cuenta de utilidad fiscal por los años terminados al 31 de diciembre 2010 y 2009 son $1,319,052 y $780,074, respectivamente.

14. Saldos y transacciones en moneda extranjera

a. La posición monetaria en miles de dólares estadounidenses al 31 de diciembre es:

	2010	2009
Activos monetarios	$ 136,076	$ 51,487
Pasivos monetarios	168,796	67,853
Posición pasiva	32,720	$ 16,366
Equivalentes en miles de pesos	$ 404,092	$ 213,904

b. Aproximadamente 1.5% y 1.4% de los inventarios de mercancía fueron importados por la Compañía en 2010 y 2009, respectivamente.

c. Las operaciones en miles de dólares estadounidenses Al 31 de diciembre de 2010 y 2009, incluyen compras de importación por $46,820 y $37,053, respectivamente.

d. Los tipos de cambio vigentes a la fecha de los estados financieros y a la fecha de su emisión fueron como sigue:

	31 de diciembre		22 de febrero
	2010	**2009**	**2011**
Dólar bancario	$ 12.35	$ 13.07	$ 12.06

15. Operaciones y saldos con partes relacionadas

a. Las operaciones con partes relacionadas efectuadas en el curso normal de sus operaciones, fueron como sigue:

	2010	**2009**
Productos financieros	$ 8,976	$ 30,356
Ingresos por arrendamiento	1,120	977
Ingresos administrativos	182	182

b. Los saldos por cobrar con partes relacionadas son:

	2010	**2009**
Operadora de Inmobiliarias del Sureste, S. A. de C. V.	$ 57,613	$ 63,191
Chefu de Tuxpan, S. A. de C. V.	14,634	25,940
Factoring Corporativo, S. A. de C. V.	-	14,428
Hípico Coapexpan, S. A. de C. V.	5,775	2,779
Supervisión y Mantenimiento de Inmuebles, S. A. de C. V.	3,680	12,947
Otras	587	1,288
	$ 82,289	$ 120,573

c. Las cuentas por cobrar a largo plazo con partes relacionadas corresponden a operaciones realizadas con accionistas de la compañía.

d. El promedio de los beneficios a empleados otorgados al personal clave de la Compañía, fueron como sigue:

		2010		2009
Compensaciones directas	$	84,892	$	62,809
Compensaciones variables		53,138		44,746
	$	138,030	$	107,555

16. Resultado integral de financiamiento

Durante 2010 y 2009, el monto invertido en la adquisición de activos calificables ascendió a $145,958 y $701,995, respectivamente y el RIF capitalizado ascendió a $4,616 y $26,612, respectivamente, como sigue:

		2010		2009
RIF capitalizado por tipo de activos:				
Edificio	$	4,616	$	17,851
Obras en curso		-		8,761
	$	4,616	$	26,612

La capitalización del RIF se determinó utilizando una tasa promedio anualizada de 7.6% y 9.29% en 2010 y 2009, respectivamente.

17. Impuesto a la utilidad

La compañía y Grupo Crucero Chedraui, S. A. de C. V. (subsidiaria incluida en la consolidación) tienen por separado autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para determinar el ISR y el Impuesto al Activo (esté último hasta su fecha de derogación en 2007) bajo el régimen de consolidación fiscal conjuntamente con sus subsidiarias directas e indirectas, de acuerdo con lo estipulado en las leyes correspondientes.

La administración de Grupo ha evaluado la posibilidad de incorporar a las compañías de Grupo Crucero Chedraui, S. A. de C. V. a su régimen de consolidación para lo que será necesario cumplir algunas disposiciones legales y administrativas.

La Compañía está sujeta al ISR y al IETU.

ISR - La tasa es 30% para los años de 2010 a 2012 y 28% para 2009, y será 29% para 2013 y 28% para 2014.

El 7 de diciembre de 2009 se publicaron modificaciones a la Ley del ISR aplicables a partir de 2010, en las que se establece que: a) el pago del ISR, relacionado con los beneficios de la consolidación fiscal obtenidos en los años 1999 a 2004, debe realizarse en parcialidades a partir de 2010 y hasta el 2014 y b) el impuesto relacionado con los

beneficios fiscales obtenidos en la consolidación fiscal de 2005 y años siguientes se pagará durante los años sexto al décimo posteriores a aquél en que se obtuvo el beneficio. El pago del impuesto relacionado con los beneficios de consolidación fiscal obtenidos en los años de 1982 (fecha de inicio de la consolidación fiscal) a 1998 podría ser requerido en algunos casos que señalan las disposiciones fiscales.

IETU - Tanto los ingresos como las deducciones y ciertos créditos fiscales se determinan con base en flujos de efectivo de cada ejercicio. A partir de 2010 la tasa es 17.5% y para 2009 fue 17% . Asimismo, al entrar en vigor esta ley se abrogó la Ley del IMPAC permitiendo, bajo ciertas circunstancias, la recuperación de este impuesto pagado en los diez ejercicios inmediatos anteriores a aquél en que por primera vez se pague ISR, en los términos de las disposiciones fiscales. Adicionalmente, a diferencia del ISR, el IETU se causa en forma individual por la controladora y sus subsidiarias.

El impuesto a la utilidad causado es el que resulta mayor entre ISR y el IETU.

Con base en las proyecciones financieras, de acuerdo con lo que se menciona en la INIF 8, Efectos de Impuesto Empresarial a la Tasa Única, la Compañía identificó que esencialmente pagará ISR, por lo tanto, reconoce únicamente ISR diferido.

a. Los impuestos a la utilidad se integran como sigue:

ISR gasto:		**2010**		**2009**
Causado	$	315,211	$	292,509
Diferido		105,549		44,915
	$	420,760	$	337,424

b. La conciliación de la tasa legal del ISR y la tasa efectiva expresadas como un porcentaje de la utilidad antes de impuestos a la utilidad es:

	2010	**2009**
Tasa Legal	30%	28%
Efectos de la inflación	(10%)	(3%)
Cambio en la estimación de la valuación del impuesto al activo	3%	(4%)
Otras partidas	-	(1%)
Tasa efectiva	23%	20%

c. Los principales conceptos que originan el saldo del pasivo por ISR diferido, son:

	2010	2009
ISR diferido activo:		
Efecto de pérdidas fiscales por amortizar	$ 58,690	$ 173,025
Estimación para cuentas de cobro dudoso	1,062	8,812
Reserva para Mermas	42,125	37,856
Anticipos de clientes	80,476	72,321
Pasivos acumulados	141,133	126,831
Instrumentos financieros derivados	27,540	12,861
ISR diferido activo	351,026	431,706
ISR diferido (pasivo):		
Pagos anticipados	(24,693)	(22,191)
Inventario fiscal de 2004 pendiente de acumular	(57,460)	(51,637)
Inmuebles y equipo	(1,765,632)	(1,915,887)
ISR diferido pasivo	(1,847,785)	(1,989,715)
Impuesto al activo pagado por recuperar	966,249	1,056,455
Estimación para valuación del impuesto al activo pagado por recuperar	(483,484)	(434,490)
Total Pasivo	$ (1,013,994)	$ (936,044)

d. Los beneficios de las pérdidas fiscales actualizadas pendientes de amortizar y el IMPAC por recuperar por los que ya se ha reconocido el activo por ISR diferido y un crédito fiscal, respectivamente, pueden recuperarse cumpliendo con ciertos requisitos. Los años de vencimiento y sus montos actualizados al 31 de diciembre de 2010, son:

Año de Vencimiento	Pérdidas amortizables	IMPAC Recuperable
2011	$ -	$ 71,197
2012	-	133,588
2013	-	162,457
2014	-	162,612
2015	-	143,756
2016	-	167,890
2017	-	124,749
2018	-	-
2019	-	-
2020	195,634	-
	$ 195,634	$ 966,249

18. Compromisos

La compañía tiene celebrados contratos de arrendamientos operativos por inmuebles y equipos de operación. Algunos de estos contratos requieren que la porción fija de renta se revise anualmente, esperando que los contratos que expiren sean renovados o reemplazados por acuerdos similares. En 2010 y 2009, los gastos por rentas ascendieron aproximadamente a $477,291 y $400,127, respectivamente.

19. Contingencias

a. Al 31 de diciembre de 2010 la compañía ha promovido algunos juicios de amparo y ha presentado diversas demandas de amparo; así como algunas demandas de nulidad a través de las que se combaten resoluciones de diversas administraciones fiscales, también ha presentado un recurso de revocación en contra de la determinación de un crédito fiscal por las cuales aún no se tienen conclusiones al respecto por parte de los asesores legales debido al estado procesal que aún guardan.

b. La Compañía al igual que sus activos no están sujetos, con excepción a lo señalado en el párrafo anterior, a acción alguna de tipo legal que no sean los de rutina y propios de su actividad.

20. Información por segmentos

El negocio principal de la Compañía es la venta de productos electrónicos, abarrotes y mercancías en general a través de sus tiendas, así como la operación de inmuebles.

a. Información analítica por segmento operativo:

Segmento	Ingresos 2010	2009
Autoservicio Nacional	$ 43,022,207	$ 40,033,107
Autoservicio USA	9,250,869	7,363,113
Inmobiliaria	520,991	505,059
Consolidado	$ 52,794,067	$ 47,901,279

Segmento	Utilidad antes de resultado integral de financiamiento, participación en los resultados de compañías asociadas e impuestos a la utilidad 2010	2009
Autoservicio Nacional	$ 1,987,177	$ 2,025,673
Autoservicio USA	200,619	163,901
Inmobiliaria	321,108	308,799
Consolidado	$ 2,508,904	$ 2,498,373

	Arrendamiento - Intersegmentos 2010	2009
Autoservicio Nacional	$ 1,410,183	$ 2,027,579
Inmobiliaria	(1,410,183)	(2,027,579)
	$ -	$ -

Segmento	Activo total 2010	2009
Autoservicio Nacional	$ 25,638,438	$ 22,040,830
Autoservicio USA	1,996,127	1,402,624
Inmobiliaria	2,118,072	1,212,139
Partidas no asignables	4,242,763	1,758,208
Consolidado	$ 33,995,400	$ 26,413,801

	Depreciación y amortización	
	2010	**2009**
Autoservicio Nacional	$ 629,417	$ 555,366
Autoservicio USA	138,639	99,632
Inmobiliaria	26,714	31,611
Consolidado	$ 794,770	$ 686,609

	Inversiones netas de activos fijos	
	2010	**2009**
Autoservicio Nacional	$ 1,919,676	$ 675,278
Autoservicio USA	334,577	388,838
Inmobiliaria	114,328	(2,390)
Partidas no asignables	(38,131)	(2,377)
Consolidado	$ 2,330,450	$ 1,059,349

21. Nuevos pronunciamientos contables

Con el objetivo de converger la normatividad mexicana con la normatividad internacional, durante 2010 el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera promulgó las siguientes NIF, Interpretaciones a las Normas de Información Financiera (INIF) y mejoras a las NIF, aplicables a entidades con propósitos lucrativos y que entran en vigor, como sigue:

B-5, Información financiera por segmentos y,
B-9, Información financiera a fechas intermedias
C-4, Inventarios
C-5, Pagos anticipados y otros activos
Mejoras a las Normas de Información Financiera 2011

Algunos de los principales cambios que establecen estas normas, son:

La NIF B-5, Información financiera por segmentos.- Establece el enfoque gerencial para revelar la información financiera por segmentos a diferencia del Boletín B-5 que, aunque manejaba un enfoque gerencial, requería que la información a revelar se clasificara por segmentos económicos, áreas geográficas o por grupos homogéneos de clientes; no requiere que las áreas del negocio estén sujetas a riesgos distintos entre sí para separarlas; permite catalogar como segmento a las áreas en etapa preoperativa; requiere revelar por separado los ingresos por intereses, gastos por intereses y pasivos; y revelar información de la entidad en su conjunto sobre productos,

servicios, áreas geográficas y principales clientes y proveedores. Al igual que el Boletín anterior, esta norma sólo es obligatoria para empresas públicas o que estén en proceso de convertirse en públicas.

La NIF B-9, Información financiera a fechas intermedias.- A diferencia del Boletín B-9, requiere la presentación en forma condensada del estado de variaciones en el capital contable y del estado de flujos de efectivo como parte de la información financiera a fechas intermedias y, para efectos comparativos, requiere que la información presentada al cierre de un periodo intermedio se presente con la información al cierre de un periodo intermedio equivalente al del año inmediato anterior y, en el caso del balance general, requiere presentar el del cierre anual inmediato anterior.

La NIF C-4, Inventarios.- Elimina el costeo directo como un sistema de valuación y el método de valuación de últimas entradas primeras salidas; establece que la modificación relativa al costo de adquisición de inventarios sobre la base del costo o valor de mercado, el que sea menor, sólo debe hacerse sobre la base del valor neto de realización; establece normas de valuación para inventarios de prestadores de servicios; aclara que, en los casos de adquisiciones de inventarios mediante pagos a plazos, la diferencia entre el precio de compra bajo condiciones normales de crédito y el importe pagado debe reconocerse como costo financiero durante el periodo de financiamiento; permite que, en ciertas circunstancias, las estimaciones por pérdidas por deterioro de inventarios que se hayan reconocido en un periodo anterior, se disminuyan o cancelen contra los resultados del periodo en que tengan modificaciones; requiere revelar el importe de inventarios reconocido en resultados durante el periodo, cuando en el costo de ventas se incluyen otros elementos o cuando una parte del costo de ventas se incluye como parte de las operaciones discontinuadas o cuando el estado de resultados se presenta clasificado conforme a la naturaleza de los rubros que lo integran y no se presenta un rubro de costos de ventas sino que los elementos que integran a éste se presentan en diferentes rubros; requiere revelar el importe de cualquier pérdida por deterioro de inventarios reconocido como costo en el periodo; requiere que un cambio de método de asignación de costo se trate como un cambio contable y reconocer como inventarios los anticipos a proveedores a partir del momento en que los riesgos y beneficios del bien se transfieran a la Compañía.

La NIF C-5, Pagos anticipados.- Establece como una característica básica de los pagos anticipados el que éstos no le transfieren aún a la Compañía los riesgos y beneficios inherentes a los bienes y servicios que está por adquirir o recibir; por lo tanto, los anticipos para la compra de inventarios o inmuebles, maquinaria y equipo, entre otros, deben presentarse en el rubro de pagos anticipados y no en los rubros de inventarios o inmuebles, maquinaria y equipo, respectivamente; requiere que los pagos anticipados se reconozcan como pérdida por deterioro cuando pierdan su capacidad para generar beneficios económicos futuros y requiere que los pagos anticipados relacionados con la adquisición de bienes se presenten, en el balance general, en atención a la clasificación de la partida de destino, en el circulante o en el no circulante.

Mejoras a las NIF 2011, las principales mejoras que generan cambios contables que deben reconocerse en ejercicios que inicien a partir 1 de enero de 2011, son:

NIF B-1, Cambios contables y correcciones de errores.- Requiere que en el caso de que la entidad haya aplicado un cambio contable o corregido un error, presente un estado de posición financiera al inicio

del periodo más antiguo por el que se presente información financiera comparativa con la del periodo actual ajustado con la aplicación retrospectiva. Asimismo, requiere que dentro del estado de variaciones en el capital contable, la entidad muestre por cada rubro del capital contable: a) los saldos iniciales previamente informados; b) los efectos de la aplicación retrospectiva por cada partida afectada en el capital contable, segregando los efectos de los cambios contables y los de correcciones de errores; y c) los saldos iniciales ajustados retrospectivamente.

NIF B-2, Estado de flujos de efectivo.- Se elimina la obligación de presentar el rubro de efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento o, efectivo a obtener de actividades de financiamiento, dejando dicha presentación a nivel de recomendación.

Boletín C-3, Cuentas por cobrar.- Se incluyen normas para el reconocimiento de ingresos por intereses de las cuentas por cobrar y aclara que no es permitido reconocer ingresos por intereses devengados derivados de cuentas por cobrar consideradas como de difícil recuperación.

NIF C-10, Instrumentos financieros derivados y operaciones de cobertura.- Se eliminan los casos específicos respecto de cuándo se excluye un componente del instrumento financiero derivado en la determinación de la efectividad de la cobertura y establece que en el caso de opciones y en instrumentos del tipo forward sobre divisas, se permite excluir ciertos componentes de la valuación para fines de evaluación y medición en la eficacia, que se traducen en reconocimiento, presentación y revelación pertinente en los siguientes casos: a) al valuar los instrumentos financieros derivados del tipo opciones o combinación de éstas, se permite separar aquellos cambios en su valor razonable atribuibles a cambios en el valor intrínseco de la(s) misma(s), con respecto a los cambios atribuibles a su valor extrínseco y designar como efectos eficaces de cobertura sólo el cambio atribuible al valor intrínseco de la misma, excluyendo el componente extrínseco; y b) al valuar los forwards o contratos adelantados sobre paridad entre divisas, se permite separar del cambio en su valor razonable, el elemento atribuible al diferencial entre las tasas de interés de las divisas involucradas a ser intercambiadas con respecto a los cambios atribuibles al componente en cambios en el precio de contado o spot entre las divisas involucradas y establece que el efecto atribuible al componente excluido en la cobertura de flujos de efectivo sebe reconocerse directamente en los resultados del periodo; se limita la contabilidad de coberturas cuando la transacción se lleva a cabo con partes relacionadas cuando las monedas funcionales de las partes relacionadas son diferentes entre sí; se requiere que cuando la posición cubierta es la porción de un portafolio de activos financieros o de pasivos financieros, el efecto del riesgo cubierto correspondiente a movimientos en la tasa de interés de la porción de dicho portafolio se presente como una cuenta complementaria de la posición primaria, en un renglón por separado; se establece que las cuentas de aportaciones o margen recibidas asociadas con transacciones con fines de negociación o cobertura con instrumentos financieros derivados deben presentarse como un pasivo financiero por separado del rubro de instrumentos financieros si se recibe efectivo o valores realizables y que sólo se revelen a su valor razonable si se reciben valores en depósito o garantías financieras permisibles que no pasen a ser propiedad de la entidad; se indica que una proporción del monto total del instrumento de cobertura, tal como un porcentaje de su monto nocional, puede ser designada como el instrumento de cobertura en una relación de cobertura, sin embargo, una relación de cobertura no puede ser designada

sólo por una porción del plazo en que el instrumento que se pretende utilizar como cobertura está vigente.

NIF C-13, Partes relacionadas.- Precisa la definición de familiar cercano como una parte relacionada para considerar a todas las personas que califican como partes relacionadas o bien, para no incluir a aquéllas que en realidad, a pesar del parentesco, no lo son.

Boletín D-5, Arrendamientos.- Se elimina la obligación de determinar la tasa de interés incremental cuando la tasa implícita es demasiado baja, consecuentemente, se establece que la tasa de descuento que debe utilizar el arrendador para determinar el valor presente debe ser la tasa de interés implícita en el contrato de arrendamiento; se elimina la obligación de utilizar la tasa de interés más baja entre la tasa de interés incremental y la tasa de interés implícita en el contrato de arrendamiento para la determinación del valor presente de los pagos mínimos del arrendamiento capitalizable por parte del arrendatario y se requiere que se utilice la tasa de interés implícita en el contrato siempre que sea practico determinarla, también se establece que de lo contrario, debe utilizarse la tasa de interés incremental; se requiere que tanto el arrendador como el arrendatario revelen información más completa sobre sus operaciones de arrendamiento; se requiere que el resultado en la venta y arrendamiento capitalizable en vía de regreso, se difiera y amortice en el plazo del contrato y no en proporción a la depreciación del activo arrendado; se establece que la utilidad o pérdida en la venta y arrendamiento operativo en vía de regreso se reconozca en resultados en el momento de la venta, siempre y cuando la operación se establezca a valor razonable, aclarando que en caso de que el precio de venta sea inferior, el resultado debe reconocerse inmediatamente en resultados, excepto si la pérdida se compensa con pagos futuros que estén por debajo del precio del mercado, en cuyo caso debe diferirse y amortizarse en el plazo del contrato y, si el precio de venta es superior, dicho exceso debe diferirse y amortizarse en el plazo del contrato.

A la fecha de emisión de estos estados financieros, la Compañía está en proceso de determinar los efectos de estas nuevas normas en su información financiera.

22. Normas de Información Financiera Internacionales

En enero de 2009 la Comisión Nacional Bancaria y de Valores publicó las modificaciones a la Circular Única de Emisoras para incorporar la obligatoriedad de presentar estados financieros preparados con base en las Normas Internacionales de Información Financiera a partir de 2012, permitiendo su adopción anticipada.

23. Autorización de la emisión de los estados financieros

Los estados financieros consolidados fueron autorizados para su emisión el 22 de febrero de 2011, por el Ing. Rafael Contreras Grosskelwing, Director de Administración y Finanzas de la Compañía, y están sujetos a la aprobación de la asamblea ordinaria de accionistas de la Compañía, quien puede decidir su modificación de acuerdo con lo dispuesto en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Información para accionistas

OFICINAS CORPORATIVAS

Corporativo México
Av. Constituyentes N° 1150
Col. Lomas Altas
11950 México, D.F. México
Tel.: +52 (55) 1103 8000

Corporativo Xalapa
Priv. Antonio Chedraui Caram N° 248
Col. Encinal
91180 Xalapa, Ver.
Tel.: +52 (228) 842 1100

www.chedraui.com.mx

BOLSA DE VALORES

Bolsa Mexicana de Valores (BMV): clave CHDRAUI

AUDITOR

Galaz Yamazaki , Ruiz Urquiza, S.C.
(Deloitte Touche Tohmatsu)

RELACIÓN CON INVERSIONISTAS E INFORMACIÓN CORPORATIVA

Jesús Arturo Velázquez Díaz
Gerente Relación con Inversionistas
e información corporativa
Tel.: +52 (228) 842 1117
avelazquez@chedraui.com.mx

cotiza en Bolsa Mexicana
CHDRAUI

Este informe anual puede contener información acerca del futuro, relativa a Grupo Comercial Chedraui S.A.B. de C.V. y sus Subsidiarias basada en supuestos realizados de buena fé por su administración.

Tal información, así como las declaraciones sobre eventos futuros y expectativas están sujetas a riesgos e incertidumbres, así como a factores que podrían causar que los resultados, desempeño o logros de la Empresa sean completamente diferentes en cualquier momento. Tales factores incluyen cambios en las condiciones generales económicas, políticas gubernamentales y/o comerciales a nivel nacional y global, así como cambios referentes a las tasas de interés, las tasas de inflación, la volatilidad cambiaria, etc.

A causa de estos riesgos y factores, los resultados reales podrían variar materialmente con respecto a los estimados descritos en este documento, por lo que Grupo Comercial Chedraui, S.A.B. de C.V. no acepta responsabilidad alguna por dichas variaciones.

FSC www.fsc.org MIXTO Papel procedente de fuentes responsables FSC® C102481

PRINTED USING 100% WIND ENERGY Supplied by Community Energy

Impreso en papel con fibra reciclada

ecf

Carbon Neutral



Diseño: 33Visual • Impresión: Earthcolor, Houston



OFICINAS CORPORATIVAS

Corporativo México
Av. Constituyentes N° 1150
Col. Lomas Altas
11950 México, D.F. México
Tel.: +52 (55) 1103 8000

Corporativo Xalapa
Priv. Antonio Chedraui Caram N° 248
Col. Encinal
91180 Xalapa, Ver.
Tel.: +52 (228) 842 1100

www.chedraui.com.mx

CHEDRAUI®